

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	7
1.5.2 Kegunaan Praktis	7
1.6 Tahapan dan Waktu Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSATAKA	9
2.1 Rangkuman Teori	9
2.1.1 Peran Public Relations	9
2.1.2 Strategi Public Relations.....	9
2.1.3 Tujuan Public Relations.....	10
2.1.4 Fungsi Public Relations	11
2.2 Corporate Social Responsibility (CSR).....	12
2.2.1 Manfaat Corporate Social Responsibility	12
2.2.2 Fungsi Corporate Social Responsibility	12
2.2.3 Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR)	13
2.3 Penelitian Terdahulu.....	14
2.4 Kerangka Pemikiran	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	22
3.1 Paradigma Penelitian.....	22
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	23
3.2.1 Subjek Penelitian	23
3.2.2 Objek Penelitian	24
3.3 Lokasi Penelitian.....	24
3.4 Unit Analisis Penelitian	24
3.5 Informasi Kunci	25

3.6 Pengumpulan Data Penelitian	26
3.7 Teknik Analisis Data.....	27
3.8 Teknik Keabsahan Data	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	28
4.1 Karakteristik Informan	28
a. Informan Kunci	28
b. Informan Pendukung.....	29
c. Informan Ahli.....	29
4.2 Hasil Penelitian	29
4.2.1 Pelaksanaan Program Corporate Social responsibility pada BRI Kantor Cabang Cimahi	30
4.3 Pembahasan	38
4.3.1 Strategi <i>Public Relations</i> dalam Pelaksanaan Program CSR BRI Peduli yang dilaksanakan oleh Humas BRI Kantor Cabang Cimahi.....	38
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	42
5.1 Kesimpulan.....	42
5.2 Saran.....	42
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN.....	46