

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.4.3 Manfaat Umum	9
1.5 Waktu dan lokasi penelitian	10
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Definisi Strategi	11
2.2 <i>Public Relation</i>	12
2.2.1 Pengertian <i>Public Relation</i>	12
2.3 Citra	16
2.4 Citra Perusahaan	17
2.5 Media digital	18
2.6 Teori <i>Impression Management</i>	21
2.7 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu	22

2.8 Kerangka Pemikiran.....	27
BAB III.....	28
METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Metode Penelitian	28
3.1.1 Paradigma Penelitian	28
3.1.2 Jenis penelitian	29
3.1.3 Sumber Data.....	31
3.2 Metode Pengumpulan Data	32
3.2.1 Wawancara	32
3.2.2 Observasi.....	34
3.2.3 Dokumentasi.....	36
3.3 Metode Analisis Data dan Penjagaan Keabsahan Data.....	36
3.3.1 Redaksi Data	38
3.3.2 Penyajian Data.....	39
3.3.3 Penarikan Kesimpulan	39
3.3.4 Uji Keabsahan Data	40
BAB IV	43
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Informan Penelitian.....	43
4.2 Hasil Penelitian.....	46
4.3 Pembahasan	65
4.3.1 Perencanaan program <i>public relations</i> PT. Star Energy Geothermal Wayang Windu Limited dalam membangun citra perusahaan melalui media digital	65
4.3.2 Pelaksanaan program <i>public relations</i> PT. Star Energy Geothermal Wayang Windu Limited dalam membangun citra perusahaan melalui media digital	71
4.3.3 Evaluasi program <i>public relations</i> PT. Star Energy Geothermal Wayang Windu Limited dalam membangun citra melalui media digital ..	75
BAB V.....	82
PENUTUP.....	82
5.1 Kesimpulan.....	82

5.2 Saran.....	84
5.2.1 Saran Teoritis	84
5.2.2 Saran Praktis.....	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	88