

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.4.1 Kegunaan Teoritis	9
1.4.2 Kegunaan Praktis	9
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	9
1.6 Sistematika Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Pesan Komunikasi CSR	11
2.2 Media Komunikasi CSR	14
2.3 Komunikasi CSR	17
2.4 Penelitian Terdahulu	20
2.5 Kerangka Pemikiran.....	28
2.6 Hipotesis Penelitian	29
2.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian.....	30
3.2 Metode Penelitian	30
3.2.1 Desain Penelitian	30
3.2.2 Kriteria Inklusi	31
3.3 Operasionalisasi Variabel	33
3.4 Populasi dan Sampel	45
3.4.1 Populasi.....	45
3.4.2 Sampel.....	45
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.5.1 Strategi pencarian literatur	45
3.5.2 Seleksi Studi.....	46
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	47
3.6.1 Uji Validitas	47

3.6.2 Uji Reliabilitas	49
3.7 Teknik Analisis Data.....	54
3.7.1 Ukuran Efek	54
3.7.2 Validitas Data Statistik dalam Data Sekunder	55
3.7.3 Analisis Heterogenitas dan Hipotesis Nol	55
3.7.4 Analisis Karakteristik Studi	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Pengumpulan Data	57
4.1.1 Pencarian dan Seleksi Data Sekunder	57
4.2 Hasil Ekstraksi Data.....	59
4.2.1 Hasil Ekstraksi Data Pengaruh Pesan terhadap Komunikasi CSR	59
4.2.2 Hasil Ekstraksi Data Pengaruh Media terhadap Komunikasi CSR	64
4.3 Bias Publikasi dan Sensitivitas	69
4.3.1 Bias Publikasi dan Sensitivitas pada variabel pesan.....	69
4.3.2 Bias Publikasi dan Sensitivitas pada variabel media	72
4.4 Ukuran Efek	74
4.4.1 Ukuran Efek Variabel Pesan.....	74
4.4.2 Ukuran Efek Variabel Media	75
4.5 Karakteristik Studi	76
4.5.1 Karakteristik Studi Variabel Pesan	76
4.5.2 Karakteristik Studi Variabel Media	83
4.6 Pembahasan	91
4.6.1 Pengaruh Pesan terhadap Komunikasi CSR	91
4.6.2 Pengaruh Media terhadap Komunikasi CSR	96
BAB V PENUTUP.....	102
5.1 Kesimpulan	102
5.2 Saran	102
5.2.1 Saran Akademis	102
5.2.2 Saran Praktisi	102
DAFTAR PUSTAKA.....	104
LAMPIRAN.....	114