

Bandung, 5 November 2020

Peneliti

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii

ABSTRACT	iv
LEMBAR DEDIKASI	v
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN TEORITIS	12
2.1 Kajian Pustaka	12
2.2 Landasan Teoritis.....	20
2.2.1 <i>Strategic Planning for Public Relations</i>	20
2.3 Landasan Konseptual	37

2.3.1 Pengertian Strategi	37
2.3.2 Perencanaan Komunikasi	40
2.3.3 Fungsi Perencanaan.....	41
2.3.4 Corporate Social Responsibility (CSR).....	42
2.4 Kerangka Pemikiran.....	45
BAB III METODE PENELITIAN.....	47
3.1.Desain Penelitian Kualitatif.....	47
3.2 Pendekatan Penelitian Studi Deskriptif Kualitatif	49
3.3 Informan Penelitian.....	50
3.3.1 Informan Kunci.....	51
3.3.2 Informan Pendukung	51
3.4 Sumber dan Teknik Pengambilan Data.....	52
3.5 Uji Keabsahan Data	57
3.6 Teknik analisis Data.....	82
3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....	100
GLOSARIUM	102
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	104

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Matriks Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	63

DAFTAR GAMBAR

Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran.....	46
Tabel 3.1 Komponen dalam Analisis Data dalam Model Interaktif.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Observasi.....	104
Lampiran 2.Pedoman Wawancara	105

Lampiran 3. Pertanyaan Wawancara	106
Lampiran 4. Hasil Wawamcara Informan 1.....	107
Lampiran 5. Hasil Wawamcara Informan 2.....	110
Lampiran 6. Hasil Wawamcara Informan 3.....	113
Lampiran 7 Foto Kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i>	120
Lampiran 10 Riwayat Hidup Peneliti	123