

Daftar Isi

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5. Kerangka Teori dan Konsep	9
1.5.1. Teori Perencanaan Komunikasi.....	9
1.5.2. Konsep <i>Media relations</i>	16
1.5.3. Konsep <i>Corporate Image</i> (Citra Perusahaan).....	19
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	22
2.1. Hubungan Masyarakat (Humas)	22
2.1.1. Pengertian Hubungan Masyarakat (Humas)	22
2.1.2. Peran dan Tujuan Hubungan Masyarakat (Humas)	23
2.1.3. Fungsi Hubungan Masyarakat (Humas)	27
2.1.4. Ruang Lingkup Tugas Hubungan Masyarakat (Humas) ...	30
2.1.5. Humas Pemerintah.....	31
2.2. <i>Media relations</i>	38
2.3. Citra	42
2.4. Sosialisasi.....	45

2.5. Program Pembiayaan Ultra Mikro (UMi).....	50
2.6. Penelitian Terdahulu.....	51
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	55
3.1. Metode Penelitian	55
3.2. Jenis Penelitian	55
3.3. Objek Penelitian.....	56
3.4. Lokasi Penelitian.....	56
3.5. Sumber Data	57
3.5.1. Data Primer.....	57
3.5.2. Data Sekunder.....	57
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.6.1. Wawancara.....	58
3.6.2. Observasi	60
3.6.3. Studi Pustaka.....	61
3.7. Teknik Analisis Data	61
3.7.1. Reduksi Data.....	61
3.7.2. Penyajian Data	62
3.7.3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi Data.....	62
3.8. Uji Keabsahan Data	62
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	68
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	68
4.1.1. Tugas dan Fungsi	68
4.1.2. Visi dan Misi.....	69
4.1.3. Nilai- Nilai	70
4.1.4. Lokasi dan Kontak	70
4.1.5. Struktur Organisasi	71
4.1.6. Gambaran Umum Sekretariat Jenderal	72
4.1.7. Biro Komunikasi dan Layanan Informasi.....	75
4.1.8. Bagian Manajemen Hubungan Media, Kelembagaan Masyarakat, dan Protokol	78
4.1.9. Program Pembiayaan Ultra Mikro (UMi).....	80
4.2. Hasil Penelitian.....	87
4.2.1. Strategi <i>Media Relations</i> Humas Kementerian Keuangan Republik Indonesia dalam Mempertahankan <i>Corporate Image</i> Melalui Sosialisasi Program Pembiayaan Ultra Mikro (UMi).....	87
4.2.2. Testimoni Debitur Program Pembiayaan Ultra Mikro (UMi)	98
4.2.2.1. Testimoni Langsung	98
4.2.2.2. Testimoni Tidak Langsung	101
4.3. Pembahasan	106

BAB V. PENUTUP	117
5.1. Kesimpulan	117
5.2. Saran	119
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN	

Daftar Tabel

Tabel 3.1. Daftar Informan Penelitian.....	59
Tabel 4.1. Nilai- Nilai Kementerian Keuangan	70
Tabel 4.2. Segmentasi Pembiayaan Pemerintah	82

Daftar Gambar

Gambar 1.1. Arus Komunikasi dalam <i>Media relations</i>	18
Gambar 3.1. Triangulasi Sumber Pengumpulan Data.....	66
Gambar 4.1. Struktur Organisasi Kementerian Keuangan.....	71
Gambar 4.2. Penyerahan Pembiayaan UMi	80
Gambar 4.3. Skema Penyaluran Biaya UMi	83
Gambar 4.4. Yuyun Sumiyati Debitur UMi.....	99
Gambar 4.5. Siti Khadijah Debitur UMi.....	100
Gambar 4.6. Nina Komalasari Debitur UMi.....	101
Gambar 4.7. <i>Press Tour</i> Sosialisasi UMi di Banten	103
Gambar 4.8. <i>Press Tour</i> Sosialisasi UMi di Banten	105