

## DAFTAR ISI

	HALAMAN
FILOSOFI JAWA DALAM PRAKTIK <i>PUBLIC RELATIONS</i> .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
ABSTRAK .....	xv
ABSTRACT .....	xvi
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	12
1.3. Tujuan Penelitian .....	12
1.4. Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1. Manfaat Teoritis .....	13
1.4.2. Manfaat Praktis.....	13
1.5. Kerangka Teori dan Konsep .....	13
1.5.1 <i>Excellence Theory</i> (Teori Keunggulan).....	13
BAB II.....	22
2.1 Pengertian Filosofi Jawa.....	22
2.1.1 Rumusan Filosofi Jawa.....	22
2.2 Pengertian Praktek Public Relations .....	28
2.3 Penelitian Terdahulu.....	31
BAB III.....	34
3.1. Jenis Penelitian.....	34
3.2. Lokasi Penelitian .....	35
3.3 Subjek Penelitian.....	35
3.4. Objek Penelitian .....	35

3.5. Sumber Data .....	35
3.5.1 Data Primer .....	35
3.5.2 Data Sekunder .....	36
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.7 Keabsahan Data.....	38
3.8 Teknik Analisa Data.....	41
BAB IV .....	44
4.1 Deskripsi Hotel Royal Ambarrukmo.....	44
4.1.1 Sejarah Hotel Royal Ambarrukmo .....	44
4.1.2 Profil Hotel Royal Ambarrukmo .....	49
4.1.3 Visi dan Misi .....	49
4.1.4 Nilai Budaya Organisasi Royal Ambarrukmo Yogyakarta .....	50
4.1.5 Identitas Royal Ambarrukmo Yogyakarta .....	50
4.1.6 Tujuan .....	51
4.1.7 Logo Hotel Royal Ambarrukmo.....	52
4.2 Hasil Penelitian .....	53
4.2.1 Teori Excellence sebagai Indikator Praktik <i>Public Relations</i> .....	53
4.2.1.1 Keterlibatan <i>Public Relations</i> dalam Fungsi Manajemen Strategis.....	54
4.2.1.2 Kemudahan Akses <i>Public Relations</i> Berkomunikasi dengan Pimpinan .....	55
4.2.1.3 Fungsi <i>Public Relations</i> yang Terintegrasi.....	56
4.2.1.4 <i>Public Relations</i> yaitu Fungsi Manajemen yang Terpisah dari Fungsi Manajemen yang Lain.....	57
4.2.1.5 <i>Public Relations</i> Dipimpin oleh Seorang Manajer bukan Teknisi. ....	57
4.2.1.6 <i>Public Relations</i> Mengadopsi Model <i>Two Way Symmetric</i> maupun <i>Two Way asymmetric</i> Dalam Menjalani Relasi Public.....	58
4.2.1.7 <i>Public Relations</i> Memiliki Pengetahuan tentang Bidang <i>Public Relations</i> .....	59
4.2.1.8 <i>Public Relations</i> Menerapkan Komunikasi Internal yang Simetris .....	59
4.2.1.9 <i>Public Relations</i> Menghargai Keberagaman dalam Organisasi .....	60
4.2.1.10 Mematuhi Kode Etik dan Memiliki Integritas Profesi .....	60
4.3 Filosofi Jawa dalam Praktik <i>Public Relations</i> Hotel Royal Ambarrukmo .....	62
4.4 Progam- Program Praktik <i>Public Relations</i> Royal Ambarrukmo Yogyakarta. ....	66
4.4.1 Filosofi Jawa “ <i>Ambarrukmo</i> ” dalam Praktik <i>Public Relations</i> sebagai Teknisi Komunikasi.....	67
4.4.2. Filosofi Jawa “ <i>Memayu Hayuning Bawana</i> ” dalam Praktik <i>Public Relations</i> sebagai <i>Expert Presciber</i> .....	70

4.4.3 Filosofi Jawa “ <i>Unggah-Unguh</i> ” dalam Praktik <i>Public Relations</i> sebagai Perantara Komunikasi.....	75
4.4.4 Filosofi Jawa “ <i>bisane kanthi takon, pintere mergo sinau, trampile mergo sebab kulino</i> ”, dalam Praktik <i>Public Relations</i> sebagai Pemecah Masalah.....	79
4.5. Strategi dalam Menarik Pengunjung dengan Konsep Filosofi Jawa .....	81
4.6 Kekurangan Filosofi Jawa dalam Praktik <i>Public Relations</i> .....	82
4.7. Kesan dan Pesan.....	84
4.8 Pembahasan .....	86
BAB V.....	98
5.1 Kesimpulan.....	98
5.2 Saran.....	98
Daftar Pustaka.....	100
LAMPIRAN 1 .....	104