

## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| HALAMAN PERSETUJUAN .....                             | i    |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                              | ii   |
| PERNYATAAN .....                                      | iii  |
| HALAMAN MOTTO .....                                   | iv   |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....                             | v    |
| KATA PENGANTAR .....                                  | vi   |
| DAFTAR ISI .....                                      | ix   |
| DAFTAR GAMBAR .....                                   | xi   |
| DAFTAR TABEL .....                                    | xii  |
| ABSTRAK .....   | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN .....                               | 1    |
| 1.1 Latar Belakang.....                               | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                              | 4    |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                           | 5    |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                          | 5    |
| 1.5 Kerangka Pemikiran dan Teori.....                 | 6    |
| 1.5.1 Teori Perencanaan Komunikasi.....               | 6    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....                         | 11   |
| 2.1 Strategi .....                                    | 11   |
| 2.2 <i>Public Relations</i> .....                     | 14   |
| 2.2.1 Definisi <i>Public Relations</i> .....          | 14   |
| 2.2.2 Tujuan dan Fungsi <i>Public Relations</i> ..... | 16   |
| 2.2.3 Peran <i>Public Relations</i> .....             | 17   |
| 2.3 Citra Perusahaan .....                            | 18   |
| 2.4 Penelitian Terdahulu .....                        | 22   |
| BAB III METODE PENELITIAN .....                       | 25   |

|  |  |    |
|--|--|----|
| 3.1  | Metode Penelitian .....  | 25 |
| 3.2  | Objek Penelitian .....   | 26 |
| 3.3  | Subjek Penelitian .....  | 26 |
| 3.4  | Sumber Data Penelitian.....  | 26 |
| 3.5  | Teknik Pengumpulan Data .....  | 27 |
| 3.6  | Teknis Analisis Data .....   | 29 |
| 3.7  | Uji Keabsahan Data .....   | 31 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ..... |  | 33 |
| 4.1  | Dekripsi Objek Penelitian.....   | 33 |
| 4.1.1  | Profil Perusahaan.....   | 33 |
| 4.1.2  | Visi dan Misi .....  | 43 |
| 4.1.3  | Struktur Organisasi PT. Pupuk Kalimantan Timur .....   | 45 |
| 4.1.4  | Struktur Organisasi Humas PT. Pupuk Kalimantan Timur.....  | 45 |
| 4.1.5  | Budaya Perusahaan .....  | 46 |
| 4.1.6  | Logo Perusahaan PT. Pupuk Kalimantan Timur .....   | 47 |
| 4.2  | Hasil penelitian .....   | 48 |
| 4.2.1  | Strategi Humas PT. Pupuk Kalimantan Timur kepada Masyarakat dalam mendukung citra perusahaan.....                                      | 49 |
| 4.3  | Pembahasan.....  | 61 |
| 4.3.1  | Analisis Menggunakan Model <i>Miles &amp; Huberman</i> .....   | 61 |
| 4.3.2  | Analisis Strategi Humas PT. Pupuk Kaltim terhadap masyarakat dalam mendukung citra perusahaan Menggunakan Teori Perencanaan Komunikasi | 70 |
| BAB V PENUTUP .....                          |  | 75 |
| 5.1  | Kesimpulan.....  | 75 |
| 5.1  | Saran .....  | 76 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                         |  |    |
| LAMPIRAN .....                               |  |    |