

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR BAGAN.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix

BAB I : PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	4
1.2.1 Pertanyaan Penelitian.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
1.5 Sistematika Penelitian.....	6

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Konseptual.....	8
2.1.1 Strategi.....	8
2.1.1.1 Strategi <i>Public Relations</i>	9
2.1.1.2 Unsur-unsur Manajemen Strategi.....	13
2.1.1.3 Manfaat Manajemen Strategi.....	17
2.1.2 Humas atau <i>Public Relations</i>	18
2.1.2.1 Fungsi Humas atau <i>Public Relations</i>	19

2.1.2.2	Tujuan Humas atau <i>Public Relations</i>	21
2.1.2.3	Peran Humas (<i>Public Relations</i>).....	22
2.1.3	<i>Corporate Communications</i>	25
2.1.4	Citra.....	26
2.2	Landasan Teoritis.....	29
2.2.1	Model <i>Two-Way Symmetric</i>	29
2.2.2	Model <i>Two-Way Asymmetric</i>	31
2.2.3	Teori Citra.....	33
2.3	Kerangka Pemikiran.....	46

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Desain Penelitian.....	48
3.2	Bahan Penelitian.....	51
3.3	Unit Analisis.....	52
3.4	Sumber Data.....	53
3.4.1	Key Informan.....	53
3.4.2	Informan Pendukung.....	53
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.5.1	Observasi.....	55
3.5.2	Wawancara.....	56
3.5.3	Dokumen.....	57
3.6	Instrumen Penelitian.....	57
3.6.1	Data Primer.....	57
3.6.2	Data Sekunder.....	59
3.7	Uji Keabsahan Data.....	60
3.8	Analisis Data.....	61
3.9	Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	62
3.9.1	Sejarah Perusahaan.....	62

3.9.2 Logo.....	63
3.9.3 Visi, Misi, Tagline.....	66
3.9.4 Struktur Organisasi Perusahaan.....	67

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

4.1 Strategi <i>Corporate Communications</i> ANTV dalam Mempertahankan Citra Perusahaan.....	69
4.1.1 <i>Formative Research</i> (Perencanaan Strategi) <i>Corporate Communications</i> ANTV.....	70
4.1.2 Strategi <i>Corporate Communications</i> ANTV.....	73
4.1.3 Tactics.....	83
4.1.4 <i>Evaluative Research</i> (Penelitian Evaluatif).....	89
4.2 Peran <i>Corporate Communications</i> PT. Cakrawala Andalas Televisi (ANTV).....	96

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	99
5.2 Saran.....	101
5.2.1 Saran Akademis.....	101
5.2.2 Saran Praktisi.....	102

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

BAB III

Gambar 3.1	Logo ANTV 1982-1996 (Logo Pertama ANTV).....	64
Gambar 3.2	Logo ANTV 30 April 2006.....	64
Gambar 3.3	Logo ANTV 20 September 2009 – 17 Maret 2013.....	64
Gambar 3.4	Logo ANTV 13 Maret 2013 – Sekarang.....	65

DAFTAR BAGAN

BAB II

Bagan 2.1	Memahami Situasi Strategis.....	14
Bagan 2.2	Model Implementasi Strategi.....	17
Bagan 2.3	Model Pembentukan Citra Pengalaman Stimulus.....	34
Bagan 2.4	Kerangka Pemikiran.....	46

BAB III

Bagan 3.1	Triangulasi Metode Pengumpulan Data Kualitatif.....	51
Bagan 3.2	Struktur Organisasi Perusahaan.....	67
Bagan 3.3	Struktur Organisasi Divisi <i>Corporate Communications</i>	68



DAFTAR TABEL

BAB III

Tabel 3.1	Tipe-tipe Dasar Desain Studi Kasus.....	50
-----------	---	----