

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Secara Teoritis	7
1.4.2 Secara Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Landasan Teoritis.....	12
2.2.1. Teori Citra.....	12
2.3. Landasan Konseptual	15
2.3.1. <i>Communication</i> (Komunikasi).....	15
2.3.2. Bentuk Dasar Komunikasi	16
2.3.3. Fungsi Komunikasi	16
2.3.4. Jenis-jenis Komunikasi	17
2.3.5. Proses Komunikasi	18
2.4. Strategi Public Relation	18
2.5. Public Relation.....	20
2.5.1. Tujuan Public Relation	21

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model citra.....	12
Gambar 2. Logo Instagram.....	29
Gambar 3. Logo Aksi Cepat Tanggap Bekasi Raya (ACT)	45
Gambar 4. Visi Misi Aksi Cepat Tanggap Bekasi Raya (ACT).....	45
Gambar 5. Gambar Spanduk Peresmian Sumur Wakaf bersama Global Wakaf diatas merupakan tempat yang berada di Muara Gembong Kabupaten Bekasi.....	64
Gambar 6. Gambar Jejak Didik	68
Gambar 7. Unggahan Program Food Bus.....	68
Gambar 8. Instagram Aksi Cepat Tanggap Bekasi Raya (ACT).....	73
Gambar 9. Feeds Instagram Aksi Cepat Tanggap Bekasi Raya (ACT).....	73
Gambar 10. Youtube Aksi Cepat Tanggap Bekasi Raya (ACT).....	74
Gambar 11. Kegiatan Aksi Cepat Tanggap Bekasi Raya (ACT) di Youtube	75
Gambar 12. Facebook Aksi Cepat Tanggap Bekasi Raya (ACT)	76
Gambar 13. Informasi Event Aksi Cepat Tanggap Bekasi Raya (ACT).....	78
Gambar 14. Berita Aksi Cepat Tanggap Bekasi Raya (ACT).....	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 2. Kerangka Pemikiran.....	32
Tabel 3. Informan Penelitian.....	37
Tabel 4. Key Informan.....	48

3.9.2. Triagulasi Teori.....	39
3.9.3. Triagulasi Sumber Data	39
3.9.4. Triagulasi Waktu.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	41
4.1. Subjek Penelitian	41
4.1.1. Sejarah Berdirinya Aksi Cepat Tanggap Raya Bekasi	41
4.1.2. Makna Lambang Aksi Cepat Tanggap Raya Bekasi	44
4.1.3. Visi & Misi Aksi Cepat Tanggap Raya Bekasi	44
4.1.4. Struktur Organisasi Aksi Cepat Tanggap Raya Bekasi	45
4.2. Hasil Penelitian.....	46
4.2.1. Strategi <i>Public Relations</i> dalam Membangun Citra Positif.....	47
4.2.2. Kegiatan yang dilakukan <i>Public Relations</i> dalam	64
4.3. Strategi Public Relation (PR) Aksi Cepat Tanggap Bekasi Raya.....	66
4.3.1. Strategi Mengambil Tindakan dan Berkomunikasi	66
4.3.2. Peningkatan Layanan.....	68
BAB V PEMBAHASAN.....	70
5.1. Teori Buaran Citra	70
BAB VI PENUTUP.....	81
6.1. Kesimpulan	81
6.2. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN	84

2.5.2. Aktivitas Public Relation	21
2.5.3. Tugas Public Relation	22
2.5.4. Peran Public Relation.....	22
2.6. Komunikasi Massa.....	23
2.6.1. Karakteristik Komunikasi Massa.....	24
2.6.2. Fungsi Komunikasi Massa	24
2.7. Media Online (New Media).....	25
2.8.1. Jenis-jenis Media Online.....	28
2.8.2. Kelebihan Media Online	28
2.8.3. Kekurangan Media Online.....	28
2.9. Media Sosial	28
2.10. Instagram	29
2.11. Kerangka Pemikiran.....	31
BAB III METODELOGI PENELITIAN	33
3.1. Paradigma Penelitian	33
3.2. Metode Penelitian	33
3.3. Desain Penelitian	34
3.4. Objek dan Subjek Penelitian.....	35
3.4.1. Objek Penelitian.....	35
3.4.2. Subjek Penelitian	35
3.5. Sumber Data.....	35
3.5.1. Data Primer	35
3.5.2. Data Sekunder.....	35
3.6. Informan Penelitian.....	35
3.7. Teknik Pengumpulan Data Uji Keabsahan Data	36
3.7.1. Wawancara.....	36
3.7.2. Observasi	37
3.7.3. Dokumentasi	37
3.8. Uji Keabsahan Data	37
3.9. Triagulasi	38
3.9.1. Triagulasi Metode.....	39