

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR SAMPEL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Teori Public Relation P.E.N.C.I.L .....	8
2.3 Strategi Public Relations .....	9
2.3.1. Pengertian Public Relations .....	9
2.3.2. Ruang Lingkup Public Relations .....	10
2.3.3. Fungsi Public Relations .....	11
2.3.4. Peranan Public Relations .....	11
2.3.5. Proses Strategi Public Relations .....	12
2.3.6. Strategi Public Relations.....	13
2.4 Brand (Citra) .....	15
2.4.1. Teori Brand (Citra) .....	15
2.4.2. Proses Pembentukan Brand (Citra).....	15
2.5 Citra Perusahaan .....	17
2.5.1. Pengertian Citra Perusahaan .....	17
2.5.2. Manfaat Citra Perusahaan .....	18

2.5.3. Unsur – Unsur Citra Perusahaan.....	19
2.6 Kerangka Berfikir.....	19
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>21</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	21
3.2 Pendekatan Penelitian .....	21
3.3 Bahan Penelitian.....	21
3.4 Sumber Data Penelitian .....	22
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	22
3.6 Uji Keabsahan Data.....	23
3.7 Teknik Analisis Data .....	24
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>26</b>
4.1. Gambaran Umum PT Telekomunikasi Seluler (Telkomsel).....	26
4.2. Karakteristik Informan .....	27
4.3. Hasil Penelitian .....	27
4.3.1. Peran Public Relation PT Telekomunikasi Seluler (Telkomsel) .....	27
4.3.2. Strategi Public Relation PT Telekomunikasi Seluler (Telkomsel) Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan .....	30
<b>BAB V PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
5.1 Pembahasan.....	36
<b>BAB VI PENUTUP.....</b>	<b>39</b>
6.1 Kesimpulan.....	39
6.2 Saran.....	39
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>40</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>43</b>