

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIDANG	ii
HALAMAN PENGESAHAN SIDANG	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.4 Fokus Penelitian	8
BAB 2 TINJAUAN TEORITIS	
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Perbankan Digital atau <i>Digital Branch</i>	12
2.3 Pengertian <i>Public Relations</i>	14
2.4 Fungsi <i>Public Relations</i>	15
2.5 Peran <i>Public Relations</i>	16
2.6 <i>Public Relations</i> Perusahaan.....	17
2.7 Media Massa.....	18
2.8 Jenis Media Massa.....	19
2.9 Fungsi Media Massa.....	20
2.10 Peran Media Massa.....	20
2.11 Komunikasi Digital.....	21
2.12 Strategi Komunikasi	22
2.13 Mengelola Informasi.....	23
2.14 Teori Informasi Organisasi	24
2.15 Kerangka Berpikir	26
BAB 3 METODE PENELITIAN	
3.1 Paradigma Penelitian	27
3.2 Metode Penelitian	28
3.3 Jenis Penelitian	28
3.3.1 Subyek dan Obyek Penelitian	29
3.3.2 Sumber Data	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data	30
3.5 Teknik Analisis Data	31
3.6 Teknik Keabsahan Data	32

BAB 4 HASIL PENELITIAN

4.1 Peran *Public Relations*35
4.2 Kendala *Public Relations*41

BAB 5 PEMBAHASAN

5.1 Peran *Public Relations*.....44

BAB 6 KESIMPULAN

6.1 Kesimpulan49

DAFTAR PUSTAKA