

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN	
HALAMAN PENGESAHAN	
HALAMAN PERNYATAAN	
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penelitian	6
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kepercayaan	9
2.2 Hubungan Interpersonal	11
2.2.1 Menerima	11
2.2.2 Empati	12
2.2.3 Kejujuran	13
2.3 <i>Public Relation</i>	14
2.3.1 Fungsi <i>Public Relation</i>	15
2.3.2 Lingkup <i>Public Relation</i>	17
2.4 <i>Event</i>	18
2.5 <i>Event Marketing</i>	19
2.5.1 <i>Sponsorship</i>	19
2.5.2 <i>Events Sponsorship Dalam Event Marketing</i>	20
2.6 Frekuensi	20
2.7 Donatur	21
2.8 Kepercayaan Relasi Komunikasi Donatur	21
2.9 Operasionalisasi Variabel	23

2.0 Kerangka Pemikiran	24
------------------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian	25
3.2 Sumber Data	26
3.2.1 Populasi	26
3.2.2 Sampel	27
3.3 Bahan Penelitian Unit Analisis	28
3.4 Teknik Pengumpulan Data	28
3.5 Reliabilitas dan Validitas Data	29
3.5.1 Reliabilitas	29
3.5.2 Validitas	31
3.6 Teknik Analisis Data	33

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Sejarah Yayasan Sayap Ibu	35
4.2 Yayasan Sayap Ibu Cabang Provinsi Banten	36
4.2.1 Visi dan Misi	36
4.2.2 Struktur Organisasi	37
4.3 Fungsi Kehumasan di Yayasan Sayap Ibu Cabang Provinsi Banten	42
4.4 <i>Public Relation</i> Eksternal Yayasan Sayap Ibu Cabang Provinsi Banten..	43
4.5 Hasil Penelitian	45
4.5.1 Data Responden	45
4.5.2 Frekuensi Memberikan Donasi	50
4.5.3 Kepercayaan Relasi Komunikasi	53
4.5.4 Kategorisasi Tingkat Frekuensi Memberikan Donasi	67
4.5.5 Kategorisasi Tingkat Kepercayaan Relasi Komunikasi Donatur	69
4.5.6 Hubungan Tingkat Frekuensi dan Kepercayaan Relasi Komunikasi Donatur	70
4.6 Pembahasan	71

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran	83

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP