

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Rumusan Masalah	7
I.3 Tujuan Penelitian	8
I.4 Manfaat Penelitian	9
I.5 Sistematika Penelitian	

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

II. Kerangka Teori	11
II.1. Pengertian Public Relations	
II. 2. Persepsi dan Pesan Komunikasi	16
II.2.1 Faktor Eksternal dan Penarik Perhatian	
II.2.2 Faktor Internal Penarik Perhatian	18
II.2.3 Faktor-Faktor Fungsi yang Menentukan Perhatian	18
II.2.4 Faktor-Faktor Struktur yang Menentukan Perhatian	19
II.2.5 Psikologi Pesan	
II.2.6 Pesan Linguistik	20
II.2.7 Klasifikasi Pesan Nonverbal	21

BAB III METODE PENELITIAN

III.1 Jenis Penelitian	23
III.2 Desain Penelitian	24
III.3 Tempat dan Waktu Penelitian	27
III.4 Sumber Data	28
III.5 Fokus dan Ruang Lingkup Penelitian	
III.6 Teknik Pengumpulan Data	29
III.7 Teknik Analisis Data	30
III.8 Pengujian Kredibilitas Data	31

BAB IV HASIL PENELITIAN

IV.1 Topik Penelitian	
IV.1.1 Sejarah Universitas Esa Unggul	33
IV.1.2 Visi dan Misi Humas Universitas Esa Unggul	
IV.1.3 Fungsi dari Humas Universitas Esa Unggul	36
IV.1.4 Perubahan Logo Lama ke Logo Baru	40
IV.1.5 Struktur Organisasi Humas	41
IV.1.6 Kedudukan Humas Esa Unggul	45
IV.1.7 Sistem Penjaminan Mutu Esa Unggul	46
IV.1.7.1 Mutu Internal	49
IV.1.7.2 Susunan Organisasi Penjaminan Mutu	50
IV.1.7 Yayasan Universitas Esa Unggul	52
IV.1.8 Struktur Organisasi	55
	57

IV.2	Diskusi dan Pembahasan	64
IV.3	Keberadaan Masjid Baitul Gafur sebagai bagian Citra UEU	68
IV.4	Aktifitas Kemahasiswaan	76
IV.5	Strategi dan Promosi yang menyebutkan aspek Religius	79
IV.6	Toleransi diantara Civitas Akademika	82

BAB V PENUTUP

V.1.	Kesimpulan	89
V.2.	Saran	91