

Cindy YuniaPutri

DAFTAR ISI

	Halaman
Abstrak	i
Abstract	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	vi
Daftar Gambar	viii
Daftar Tabel	ix
Daftar Lampiran	x
BAB I Pendahuluan	
1.1 KonteksPenelitian	1
1.2 Fokus PenelitiandanPertanyaanPenelitian	9
1.2.1 FokusPenelitian.....	9
1.2.2 PertanyaanPenelitian.....	9
1.3 TujuanPenelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	10
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	10
1.5.2 Kegunaan Praktis	10
1.5 Setting Penelitian	11
1.6 KerangkaPemikiran.....	11
BAB II TinjauanPustaka	
2.1 Review HasilPenelitianSejenis	19
2.2 TinjauanTeoritis	22
2.2.1 LatarBelakangMunculnyaKonsep CSR.....	22
2.2.2 Pengertian <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	24
2.3 Citra Perusahaan (<i>Corporate Image</i>).....	27
2.3.1 PengertianCitra Perusahaan (<i>Corporate Image</i>).....	27
2.3.2 Jenis-Jenis Citra Perusahaan (<i>Corporate Image</i>)	30
2.3.3 Teori Citra	32
2.3.4 Pembentukan Citra Perusahaan	33

2.4	<i>Stakeholder</i>	34
2.4.1	Teori <i>Stakeholder</i>	36
2.4.2	Teori Legitimasi	38
2.5	Gambaran Umum PT Telekomunikasi Indonesia Tbk	39
2.6	Pengertian <i>Community Development</i>	40
2.7	Unit CDC PT Telekomunikasi Tbk	42
2.8	Pengembangan Aplikasi dan Portal i-CHAT	44
2.9	Namadan Logo Aplikasi i-CHAT	46
	Halaman	
2.9.1	Nama Aplikasi i-CHAT	46
2.9.2	Logo i-CHAT	48
BAB III Metode Penelitian		
3.1	Jenis, Pendekatan, dan Paradigma Penelitian	49
3.1.1	Jenis Penelitian	49
3.1.2	Pendekatan Penelitian	50
3.1.3	Paradigma Penelitian	53
3.2	Subjek Penelitian, Objek Penelitian dan Sumber Data	54
3.2.1	Subjek Penelitian	54
3.2.2	Objek Penelitian	56
3.2.3	Sumber Data	56
3.3	Teknik Pengumpulan Data	57
3.4	Teknik Analisis Data	59
3.5	Uji Keabsahan Data	61
BAB IV Pembahasan		
4.1	Proses Pencitraan Program CSR Melalui Aplikasi i-CHAT	65
4.2	Cara PT Telekomunikasi Bandung dalam Menyelesaikan Kendala	72
4.2.1	<i>Follow Up</i> Implementasi i-CHAT	74
4.2.2	Usulan Tindak Lanjut Implementasi i-CHAT	78
4.3	Langkah-Langkah PT Telekomunikasi Bandung Menjalin Hubungan	80
4.3.1	Sosialisasi Program Aplikasi i-CHAT	81
4.3.2	Forum Komunikasi Jejaring Sosial i-CHAT	84
4.4	Pembahasan	86
4.4.1	Proses Pencitraan Melalui Aplikasi i-CHAT	86
4.4.2	Cara PT Telekomunikasi dalam Menyelesaikan Kendala	90
4.4.3	Langkah-langkah PT Telekomunikasi Menjalin Hubungan	91
BAB V Kesimpulan & Saran		
5.1	Kesimpulan	95
5.2	Saran	97

Daftar Pustaka	99
Lampiran	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Model Kerangka Pemikiran	18
Gambar 2.1 Model Pembentukan Citra	34
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Unit CDC	44
Gambar 2.3 Roadmap Pengembangan Aplikasi	46
Gambar 2.4 Logo i-CHAT	48
Gambar 3.1 Triangulasi Sumber Data	62
Gambar 3.2 Triangulasi Teknik	62
Gambar 3.3 Triangulasi Waktu	64
Gambar 4.1 Struktur Organisasi CDC	69
Gambar 4.2 Survei Aplikasi i-CHAT	71
Gambar 4.3 Pelaksanaan Implementasi i-CHAT	75
Gambar 4.4 Langkah-langkah PT Telkom Menjalin Hubungan	85
Gambar 4.5 Model Proses Pencitraan PT Telekomunikasi	93



DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
Tabel 2.1	Matriks Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 4.1	Hambatan Aplikasi i-CHAT	76
Tabel 4.2	Saran dan Masukan Aplikasi i-CHAT	77
Tabel 4.3	Jadwal Pelaksanaan Sosialisasi i-CHAT	83
Tabel 4.4	Harapan Masyarakat Dalam Program Aplikasi i-CHAT	93

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Draft Wawancara	101
Foto Dokumentasi Sosialisasi i-CHAT	121
Forum Komunikasi Jejaring Sosial Facebook i-CHAT	126
Brosur i-CHAT	129
Liputan i-CHAT di Media Massa	131
Foto Dokumentasi	137
Surat Pengantar dari Fakultas	139
Surat Konfirmasi Penelitian dari Perusahaan.....	140
Riwayat Hidup Peneliti	141