

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Identifikasi Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Kegunaan Penelitian.....	9
1.5.1 Kegunaan Secara Teoritis.....	9
1.5.2 Kegunaan Secara Praktis	9
1.6 Ruang Lingkup dan Pengertian Istilah	10
1.6.1 Ruang Lingkup.....	10
1.6.2 Pengertian Istilah.....	11
1.7 Kerangka Pemikiran	12
1.8 Tahap-tahap Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 <i>Review</i> Hasil Penelitian Sejenis	16
2.2 <i>Tinjauan Public Relations</i>	21
2.2.1 <i>Pengertian Public Relations</i>	21
2.2.2 <i>Essensi Public Relations</i>	23
2.2.3 <i>Fungsi Public Relations</i>	26
2.2.4 <i>Lingkup Public Relations</i>	27
2.2.5 <i>Tugas Public Relations</i>	31
2.2.6 <i>Tujuan Public Relations</i>	33
2.2.7 <i>Kegiatan Public Relations</i>	34
2.2.8 <i>Peranan Public Relations</i>	36
2.2.9 <i>Strategi Public Relations</i>	40
2.3 <i>Tinjauan Marketing Public Relations</i>	43
2.4 <i>Tinjauan Teoritis Terhadap Proses Operasional Public Relations</i>	46
2.4.1 <i>Pengertian Proses Operasional Public Relations</i>	46
2.4.2 <i>Empat Tahapan Proses Operasional Public Relations</i>	47

	Halaman
BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Tinjauan Perusahaan.....	58
3.1.1 Identitas Perusahaan.....	58
3.1.2 Sejarah Perusahaan.....	59
3.1.3 Visi, Misi dan Nilai-Nilai Dasar Perusahaan.....	59
3.1.3.1 Visi Perusahaan	59
3.1.3.2 Misi Perusahaan.....	60
3.1.3.3 Nilai-Nilai Dasar Perusahaan	60
3.1.3.4 Bidang Usaha Perusahaan	60
3.1.3.5 Produk Perusahaan	60
3.1.4 Logo Perusahaan.....	60
3.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan	62
3.1.6 <i>Job Descriptions</i>	63
3.1.7 Ruang Lingkup Perusahaan	64
3.1.7.1 Layanan Pendistribusian Perusahaan.....	64
3.1.7.2 Bentuk Perizinan Perusahaan	68
3.1.8 Aktivitas Proses Operasional <i>Public Relations</i> Perusahaan	71
3.2 Metodologi Penelitian.....	75
3.2.1 Metode Penelitian	75
3.2.2 Sumber Data Penelitian	77
3.2.3 Operasional Variabel.....	78
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data	80
3.2.5 Validitas Data Dengan Triangulasi	82
BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Sumber Data Penelitian	85
4.2 Pembahasan.....	89
4.2.1 Tahapan <i>Defining Public Relations</i> Perusahaan.....	89
4.2.1.1 Metode Formal dalam Menganalisis Situasi Perusahaan.....	89
4.2.1.2 Metode Informal dalam Menganalisis Situasi Perusahaan.....	93
4.2.1.3 Situasi Perusahaan	110
4.2.2 Tahapan <i>Planning and Programming</i> Perusahaan	118
4.2.2.1 Perumusan dalam Tahapan Perencanaan Program Kerja	118
4.2.2.2 Programming Kegiatan Perusahaan	131
4.2.3 Tahapan <i>Taking Actions and Communicating</i> Perusahaan	134
4.2.3.1 <i>The Action Component of Strategy</i>	137
4.2.3.2 <i>The Communication Component of Strategy</i>	138
4.2.3.3 <i>Implementing the Strategy</i>	143
4.2.4 Tahapan <i>Evaluating the Program</i> Perusahaan	152
4.2.4.1 <i>Process Evaluation</i> Program Perusahaan .	154

	Halaman
4.2.4.2 <i>Outcome Evaluation</i> Program Perusahaan	158
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	163
5.2 Saran	166
5.2.1 Saran Keilmuan.....	166
5.2.2 Saran Pengembangan Praktis.....	166
DAFTAR PUSTAKA	168
LAMPIRAN	172



DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
Tabel 2.1	Perbandingan Penelitian 1	18
Tabel 2.2	Perbandingan Penelitian 2	19
Tabel 2.3	Perbandingan Penelitian 3	20
Tabel 3.1	Network Growth JNE Express.....	70
Tabel 4.1.1	Data Diri Narasumber 1.....	86
Tabel 4.1.2	Data Diri Narasumber 2.....	87
Tabel 4.1.3	Data Diri Narasumber 3.....	88
Tabel 4.2.1	Profile Key Informant JNE Cabang Bandung	103
Tabel 4.2.2	Perbandingan Pesaing PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir.....	115

DAFTAR BAGAN

Bagan		Halaman
Bagan 1.1	Kerangka Pemikiran Hasil Penelitian.....	14
Bagan 2.1	Lingkup <i>Public Relations</i> Perusahaan.....	30
Bagan 2.2	Empat Tahap Proses Operasional <i>Public Relations</i>	56
Bagan 3.1	Struktur Organisasi JNE Cabang Bandung.....	63
Bagan 4.2.1	Proses Pengumpulan Data JNE Cabang Bandung	101



DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
Gambar 2.1	Proses Operasional <i>Public Relations</i>	57
Gambar 3.1	Logo JNE	60
Gambar 4.2.1	Diagram Perbandingan <i>Market Share</i>	90
Gambar 4.2.2	Tabel Jumlah pengunjung JNE Cabang Bandung	92
Gambar 4.2.3	Pemberitaan JNE Cabang Bandung di detik.com.....	98
Gambar 4.2.4	Pemberitaan JNE Cabang Bandung di kompas.com	99
Gambar 4.2.5	Pemberitaan Media Gathering JNE Cabang Bandung.....	109
Gambar 4.2.6	The Rise of The Internet Generation	130
Gambar 4.2.7	Program Darurat JNE.....	136
Gambar 4.2.8	Halaman Home Twitter @JNE_ID.....	142
Gambar 4.2.9	<i>Real Time Tracking</i>	143
Gambar 4.2.10	Acara Belanja Bareng yatim dan Dhuafa.....	144
Gambar 4.2.11	Rangkaian Program HUT JNE ke-25	145
Gambar 4.2.12	Pelaksanaan <i>Training Leadership Skill</i> JNE	148
Gambar 4.2.13	Promo Voucher Belanja “Happy Ramadhan”	149
Gambar 4.2.14	Promo HUT JNE ke-25.....	150
Gambar 4.2.15	Promo Cashback Ongkir JNE.....	146

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1 Naskah Wawancara	173
Lampiran 2 Curriculum Vitae PR JNE	193
Lampiran 3 Dokumentasi Penelitian	195
Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup	200

