

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Kegunaan Penelitian .....	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis .....	8
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	8
1.5. Ruang Lingkup dan Pengertian Istilah .....	8
1.5.1 Ruang Lingkup .....	9
1.5.2 Pengertian Istilah .....	10
1.6. Kerangka Pemikiran .....	11
1.6.1 Kerangka Teori .....	12
1.6.2 Kerangka Konsep .....	15
<b>BAB II TINJAUAN TEORITIS</b>	
2.1 Kajian Pustaka .....	19
2.2 Tinjauan Teoritis .....	28
2.2.1 Pengertian Public Relations .....	28
2.2.2 Esensi Public Relations .....	29
2.2.3 Tujuan Public Relations .....	32

2.2.4 Fungsi Public Relations .....	33
2.2.5 Peranan Public Relations dalam Tanggung Jawab Sosial .....	35
2.2.6 Hubungan Public Relations dengan Corporate Social Responsibility .....	36
2.2.7 Definisi Corporate Social Responsibility (CSR).....	37
2.2.8 Sejarah dan Konsep Perkembangan CSR.....	38
2.2.9 Perkembangan CSR di Indonesia .....	40
2.2.10 Manfaat Pelaksanaan CSR.....	43
2.2.11 Audit Corporate Social Responsibility.....	44
2.2.12 Model Audit Corporate Social Responsibility.....	45
2.2.12.1 Persiapan .....	47
2.2.12.2 Implementasi .....	48
2.2.12.3 Dampak.....	50
2.2.13 Kegiatan CSR PT. Biofarma melalui Bakti Sosial Free Vaksin.....	53

### **BAB III      METODOLOGI DAN OBJEK PENELITIAN**

3.1 Objek Penelitian.....	55
3.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan .....	56
3.1.3 Visi PT. Biofarma.....	57
3.1.4 Misi PT. Biofarma.....	57
3.1.5 Logo dan Arti Logo Perusahaan.....	57
3.1.6 Arti Logo.....	58
3.1.7 Struktur Organisasi.....	59
3.2 Metodologi Penelitian.....	60
3.2.1 Metode Penelitian .....	60
3.2.2 Populasi dan Sampel.....	61
3.2.3 Operasional Variabel.....	62
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	65

## BAB IV ANALISIS DATA dan PEMBAHASAN

4.1 Analisis Deskriptif Narasumber.....	68
4.2 Analisis Deskriptif Data Penelitian.....	71
4.2.1 Preparation Program Corporate Social Responsibility Melalui Bakti Sosial Free Vaksin.....	71
4.2.2.1 Kecukupan Informasi Latar Belakang.....	72
4.2.2.2 Ketepatan Isi Pesan & Isi Aktivitas.....	79
4.2.2.3 Kualitas Pesan & Presentasi Aktivitas.....	88
4.2.2 Implementation (Pelaksanaan) Program <i>Corporate         Social Responsibility</i> (CSR) melalui kegiatan Bakti sosial <i>free</i> vaksin di PT. Biofarma Bandung.....	92
4.2.2.1 Jumlah Pesan yang Dikirim ke Media dan Aktivitas yang di Desain.....	93
4.2.2.2 Jumlah Pesan yang Ditempatkan dan Aktivitas yang Diimplementasikan.....	95
4.2.2.3 Jumlah Orang yang Menerima Pesan dan aktivitas.....	97
4.2.2.4 Jumlah Orang yang Memerhatikan Pesan dan Isi Aktivitas.....	99
4.2.3 <i>Impact (Dampak)</i> Program <i>Corporate         Social Responsibility</i> (CSR) melalui kegiatan Bakti sosial <i>free</i> vaksin di PT. Biofarma Bandung.....	101
4.2.3.1 Jumlah Orang yang Memahami Isi Pesan.....	102
4.2.3.2 Jumlah Masyarakat yang Mengubah Opini.....	106
4.2.2.3 Jumlah Masyarakat yang Mengubah Sikap.....	109

4.2.2.4 Jumlah Masyarakat yang Berbuat Sesuai yang Diharapkan.....	110
4.2.3.2 Jumlah Orang yang Mengulangi Perilaku.....	112
4.2.2.3 Adanya Perubahan Kultural dan Sosial.....	114

**BAB V      PENUTUP**

5.1 Simpulan .....	116
5.2 Saran atau Rekomendasi .....	118
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	120
<b>LAMPIRAN</b> .....	122

