

DAFTAR ISI

ABSTRAK	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
MOTTO	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR BAGAN	iii
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	v
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah/Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Maksud dan Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian.....	7
1. Kegunaan Akademik	7
2. Kegunaan Praktis	7
E. Kajian Pustaka	7
Tinjauan Penelitian Terdahulu	7
F. Kerangka Pemikiran.....	11
a. Teori <i>Community Relations</i> dan Teori <i>Community Development</i>	12
b. <i>Corporate Social Responsibility</i>	14
c. Citra	17
d. Hubungan CSR dalam membentuk Citra.....	19
G. Kerangka Operasional	21
H. Hipotesis	24
I. Langkah-Langkah Penelitian	24
1. Metode Penelitian.....	25
2. Jenis Data dan Sumber Data	25
3. Populasi dan Sampel	25
4. Teknik Pengumpulan Data.....	27
5. Teknik Analisis Data.....	28
6. Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian.....	32
7. Paradigma dan Pendekatan Penelitian	33
BAB II TINJAUAN TEORITIS	34
A. <i>Public Relations</i>	34
1. Pengertian <i>Public Relations</i>	34
2. Ciri-Ciri <i>Public Relations</i>	37
3. Tujuan <i>Public Relations</i>	39
4. Fungsi <i>Public Relations</i>	40
5. Ruang Lingkup <i>Public Relations</i>	42
a. Hubungan dengan Publik Eksternal.....	42
b. Hubungan dengan Publik Internal.....	43

6. <i>Public Relations “Pencils”</i>	44
B. <i>Corporate Social Responsibility</i>	46
1. Pengertian <i>Corporate Social Responsibility</i>	48
2. Lima Pilar Aktivitas <i>Corporate Social Responsibility</i>	50
3. Jenis-Jenis Program <i>Corporate Social Responsibility</i>	51
4. Prinsip-Prinsip <i>Corporate Social Responsibility</i>	52
5. Aplikasi <i>Corporate Social Responsibility</i>	54
C. Pendidikan	56
1. Pengertian Pendidikan.....	57
2. CSR Pendidikan.....	58
D. Citra.....	59
1. Definisi Citra.....	60
2. Jenis-Jenis Citra	61
3. Proses Terbentuknya Citra	61
4. Mengelola Citra.....	63
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	65
A. Kondisi Objektif Perusahaan.....	65
1. Sekilas Tentang <i>TRAC-Astra Rent A Car</i>	65
2. Struktur <i>TRAC-Astra Rent A Car</i>	67
3. Pembagian Tugas dan Wewenang	68
4. Logo <i>TRAC-Astra Rent A Car</i>	72
5. Visi dan Misi <i>TRAC-Astra Rent A Car</i>	73
B. Deskriptif Penelitian.....	73
Analisis Deskriptif Data Responden	73
C. Analisis Deskriptif Data Penelitian	79
D. Analisis Data	109
1. Uji Validitas	109
2. Uji Reliabilitas	109
E. Uji Normalitas	113
F. Analisis Kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i> Rumah Pintar Astra terhadap Citra Perusahaan PT. <i>Trac Astra Rent A Car</i>	114
1. <i>Path Analysis</i>	114
a. <i>Path Analysis Corporate Social Responsibility dalam aspek Lobbying dan Negotiating</i> (Sub-Variabel X) terhadap Citra Perusahaan	114
b. <i>Path Analysis Corporate Social Responsibility dalam aspek Social Responsibility</i> (Sub-Variabel X) terhadap Citra Perusahaan	118
c. <i>Path Analysis Corporate Social Responsibility dalam aspek Community Involymnt</i> (Sub-Variabel X) terhadap Citra Perusahaan	121
2. Pengaruh <i>Lobbying dan Negotiating</i> (Sub -Variabel X ₁) dengan Citra Perusahaan.....	124
a. Analisis Korelasi Pengaruh <i>Lobbying dan Negotiating</i> (Sub -Variabel X ₁) Terhadap Citra Perusahaan	125
b. Analisis Regresi Pengaruh <i>Lobbying dan Negosiasi</i> (ub -Variabel X ₁) Terhadap Citra Perusahaan	126

3. Pengaruh <i>Social Responsibility</i> (Sub- Variabel X ₂) Terhadap Citra Perusahaan.....	129
a. Analisis Kolerasi <i>Social Responsibility</i> (Sub- Variabel X ₂) dengan Citra Perusahaan.....	129
b. Analisis Regresi Pengaruh <i>Social Responsibility</i> (Sub -Variabel X ₂) Terhadap Citra Perusahaan	130
4. Pengaruh <i>Community Involvement</i> (Sub-Variabel X ₃)Terhadap Citra Perusahaan.....	133
a. Analisis Korelasi <i>Community Involvement</i> (Sub-Variabel X ₃) dengan Citra Perusahaan.....	133
b. Analisis Regresi <i>Community Involvement</i> (Sub- Variabel X ₃)Terhadap Citra Perusahaan.....	134
5. Analisis Gambar Diagram Jalur	137
6. Persamaan Struktural	138
7. <i>Path Analysis</i> , Pengaruh Langsung (<i>direct effect</i>) dan Tidak Langsung(<i>indirect effect</i>)	133
G. Uji Hipotesis	109
1. Pengaruh <i>Lobbying</i> dan <i>Negotiating</i> terhadap Citra Perusahaan secara Parsial	141
2. Pengaruh <i>Social Responsibility</i> terhadap Citra Perusahaan	141
3. Pengaruh <i>Comunity involvement</i> terhadap Citra Perusahaan secara Parsial	142
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	138
A. Kesimpulan	138
B. Saran.....	139
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	