

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
RIWAYAT HIDUP	xv
MOTTO HIDUP	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian	7
1.4.1 Secara Akademis	7
1.4.2 Secara Praktis	7
1.5 Landasan Pemikiran	8
1.5.1 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	8
1.5.2 Landasan Teoritis	16
1.5.3 Kerangka Konseptual.....	17
1.5.3.1 Peran Humas Sebagai Fasilitator Komunikasi	17
1.5.3.2 Komunikasi Dua Arah	17
1.5.3.3 <i>Two Ways Symmetrical Model</i>	18
1.6 Langkah-langkah Penelitian	21
1.6.1 Lokasi Penelitian	21
1.6.2 Paradigma dan Pendekatan	21

1.6.3	Metode Penelitian	22
1.6.4	Jenis Data dan Sumber Data.....	22
1.6.4.1	Jenis Data	22
1.6.4.2	Sumber Data.....	22
1.6.5	Penentuan Informan.....	23
1.6.6	Teknik Pengumpulan Data.....	23
1.6.6.1	Metode Observasi	24
1.6.6.2	Metode Wawancara	24
1.6.7	Teknis Analisis Data.....	24
1.6.8	Rencana Jadwal Penelitian.....	25
BAB II TINJAUAN PUSTAKA		27
2.1	Pengertian dan Ruang Lingkup <i>Public Relations</i>	27
2.1.1	Pengertian dan Sejarah <i>Public Relations</i>	27
2.1.2	Peran dan Fungsi <i>Public Relations</i>	29
2.1.3	Tugas dan Tujuan <i>Public Relations</i>	31
2.1.4	Strategi dan Taktik <i>Public Relations</i>	34
2.2	Peran <i>Public Relations</i> Sebagai Fasilitator Komunikasi	35
2.2.1	Pengertian dan Fungsi <i>Public Relations</i> Sebagai Fasilitator Komunikasi	35
2.2.2	Indikator dan Tujuan <i>Public Relations</i> Sebagai Fasilitator Komunikasi	36
2.2.3	Karakteristik dan Kegiatan <i>Public Relations</i> Sebagai Fasilitator Komunikasi.....	37
2.2.4	Hubungan <i>Public Relations</i> dengan Fasilitator Komunikasi	38
2.3	Komunikasi Dua Arah.....	39
2.3.1	Pengertian dan Indikator Komunikasi Dua Arah	39
2.3.2	Tujuan dan Tahapan Komunikasi Dua Arah.....	41
2.3.3	Kelebihan dan Kelemahan Komunikasi Dua Arah.....	42
2.3.4	Hubungan Peran <i>Public Relations</i> Sebagai Fasilitator Komunikasi dengan Komunikasi Dua Arah	43

2.4	<i>Boundary Spanning Theory</i>	44
2.4.1	Pengertian dan Karakteristik <i>Boundary Spanning Theory</i>	44
2.4.2	Aktivitas dan Tujuan <i>Boundary Spanning Theory</i>	45
2.4.3	Hubungan <i>Boundary Spanning Theory</i> dengan Peran <i>Public Relations</i> Sebagai Fasilitator Komunikasi	46
2.4.4	Hubungan <i>Boundary Spanning Theory</i> dengan <i>Two ways Symmetrical Model</i>	48
2.5	<i>Two ways Symmetrical Model</i>	49
2.5.1	Pengertian dan Sejarah <i>Two ways Symmetrical Model</i>	49
2.5.2	Indikator dan Karakteristik <i>Two ways Symmetrical Model</i>	51
2.5.3	Fungsi dan Tujuan <i>Two ways Symmetrical Model</i>	51
2.5.4	Hubungan Peran <i>Public Relations</i> Sebagai Fasilitator Komunikasi dengan <i>Two ways Symmetrical Model</i>	52
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		54
3.1	Gambaran Umum Lokasi	54
3.1.1	Sejarah ICMI Jawa Barat	54
3.1.2	Visi dan Misi ICMI Jawa Barat	56
3.1.2.1	Visi ICMI Jawa Barat	56
3.1.2.2	Misi ICMI Jawa Barat	56
3.1.3	Lokasi ICMI Jawa Barat	57
3.1.4	Logo ICMI Jawa Barat	57
3.1.5	Program Kerja ICMI Jawa Barat	57
3.1.5.1	Program Faktor A	57
3.1.5.2	Program Faktor B dan Revitalisasi ICMI	58
3.1.6	Struktur Organisasi ICMI Jawa Barat	59
3.1.6.1	Dewan Penasehat ICMI Jawa Barat	59
3.1.6.2	Dewan Pakar ICMI Jawa Barat	61
3.1.6.3	Majelis Pengurus ICMI Jawa Barat	68
3.1.6.4	Departemen-departemen ICMI Jawa Barat	70

3.2	Profil Informan	76
3.3	Hasil Penelitian.....	78
3.3.1	Metode Survey dan Analisis Sekunder Sebagai Bentuk Riset yang Dilakukan ICMI Jawa Barat Pada Program Peduli Covid-19	79
3.3.2	Perencanaan Program yang Dilakukan ICMI Jawa Barat pada Program Peduli Covid-19	81
3.3.2.1	Penentuan Pihak Internal dan Eskternal yang Terlibat dalam Program Peduli Covid-19	82
3.3.2.2	Penentuan Target Sasaran dan Penggunaan Anggaran dalam Program Peduli Covid-19	85
3.3.3	Sosialisasi yang Dilakukan Humas ICMI Jawa Barat Sebagai Fasilitator Komunikasi pada Program Peduli Covid-19	87
3.3.4	Rapat Koordinasi Sebagai Bentuk Evaluasi yang Dilakukan ICMI Jawa Barat dalam Menentukan Program Lanjutan Setelah Terlaksananya Program Peduli Covid-19	88
3.4	PEMBAHASAN.....	91
3.4.1	Metode Survey dan Analisis Sekunder Sebagai Bentuk Riset yang Dilakukan ICMI Jawa Barat Pada Program Peduli Covid-19	92
3.4.2	Perencanaan Program yang Dilakukan ICMI Jawa Barat pada Program Peduli Covid-19	96
3.4.2.1	Penentuan Pihak Internal dan Eskternal yang Terlibat dalam Program Peduli Covid-19	97
3.4.2.2	Penentuan Target Sasaran dan Penggunaan Anggaran dalam Program Peduli Covid-19	100
3.4.3	Sosialisasi Sebagai Bentuk Komunikasi yang Dilakukan Humas ICMI Jawa Barat Sebagai	

Fasilitator Komunikasi pada Program Peduli Covid-19.....	103
3.4.4 Rapat Koordinasi Sebagai Bentuk Evaluasi yang Dilakukan ICMI Jawa Barat dalam Menentukan Program Lanjutan Setelah Terlaksananya Program Peduli Covid-19	105
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	108
4.1 Simpulan	108
4.2 Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN	115

