

DAFTAR ISI

COVER

ABSTRAKi

LEMBAR PENGESAHANii

LEMBAR PERSETUJUANiii

KATA PENGANTAR.....iv

DAFTAR ISI.....v

BAB I PENDAHULUAN.....1

A. Latar Belakang Masalah.....1

B. Rumusan Masalah6

C. Pertanyaan Penelitian.....7

D. Tujuan Penelitian.....7

E. Kegunaan Penelitian.....8

F. Tinjauan Pustaka.....8

G. Kerangka Berfikir.....16

H. Langkah- Langkah Penelitian.....20

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....31

A. Tinjauan Mengenai Public Relations 31

1. Sejarah dan Konsep Public Relations.....	31
2. Pengertian Public Relations	34
3. Kedudukan Public Relations	36
4. Ruang Lingkup dan Sasaran Public Relations	37
5. Public Relations sebagai alat Manajemen.....	38
B. Tinjauan Mengenai Manajemen Public Relations.....	40
1. Pengertian Manajemen Public Relations.....	41
2. Manajemen Four Step Public Relations.....	42
C. Strategi Image Building	47
1. Pengertian Strategi.....	47
2. Perumusan Strategi.....	48
D. Image Building	49
1. Pengertian Citra	49
2. Jenis – jenis Citra.....	50
3. Citra Perusahaan.....	52
4. Proses Pembentukan Citra.....	54
E. Radio dan Media Partner	56
1. Pengertian Radio	5
2. Proses Pemasaran melalui Radio.....	59
3. Definisi Media Partner.....	62

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Humas PT PRFM	62
1. Sejarah PT PRFM.....	62
2. Visi dan Misi PT PRFM	65
3. Logo PT PRFM.....	67
4. Profil Radio PT PRFM.....	67
5. Struktur Organisasi PT PRFFM.....	70
6. <i>Job Description</i> PT PRFM	71
B. Pembahasan Penelitian.....	76
1. Strategi <i>defining public relations problem</i> yang dilakukan oleh <i>marketing communication</i> PT.PRFM melalui program media partner dalam membentuk citra positif.....	79
2. Untuk mengetahui strategi perumusan <i>planning and programming</i> yang dilakukan oleh <i>marketing communication</i> PT.PRFM melalui program media partner dalam membentuk citra positif.....	82
3. Untuk mengetahui strategi <i>taking action and communication</i> yang dilakukan oleh <i>marketing communication</i> PT.PRFM melalui program media partner dalam membentuk citra positif.....	93
4. Untuk mengetahui strategi <i>evaluating the program</i> dilakukan oleh <i>marketing communication</i> PT.PRFM melalui program media partner dalam membentuk citra positif.....	96

BAB IV PENUTUP.....	99
A. Kesimpulan.....	99
B. Saran.....	100

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN- LAMPIRAN

