



|   |     |
|---|-----|
| 2.3 Konsep Dasar Pembentukan Citra.....                   | 43  |
| 2.3.1 Pengertian Corporate Image (Citra Perusahaan) ..... | 43  |
| 2.3.2 Macam-macam Citra .....                             | 43  |
| 2.3.3 Proses Pembentukan Citra.....                       | 45  |
| 2.3.4 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Citra .....         | 47  |
| <b>BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>            |     |
| 3.1 Kondisi Objektif Disnakertrans .....                  | 49  |
| 3.1.1 Sejarah Tenaga Kerja dan Transmigrasi.....          | 49  |
| 3.1.2 Tugas Pokok, Fungsi dan Rincian Tugas Unit Dinas    | 53  |
| 3.1.3 Visi dan Misi Disnakertrans .....                   | 56  |
| 3.1.4 Filosofi Motto dan logo Disnakertrans.....          | 58  |
| 3.1.5 Struktur Organisasi Lembaga Disnakertrans .....     | 61  |
| 3.1.6 Tugas-tugas dan Kewenangan .....                    | 64  |
| 3.2 Proses Manajemen Strategi Humas Disnakertrans         |     |
| Dalam Memperbaiki Citra Lembaga .....                     | 85  |
| 3.3 Program-program Perlindungan TKI yang Dilakukan       |     |
| oleh Humas Disnakertrans dalam Memperbaiki Citra          |     |
| Lembaga .....   | 91  |
| 3.4 Program Peningkatan Kualitas TKI yang Dilakukan oleh  |     |
| Humas Disnakertrans Dalam Memperbaiki Citra Lembaga       | 99  |
| 3.5 Penggunaan Media Massa yang Dilakukan oleh            |     |
| Humas Disnakertrans dalam Memperbaiki Citra Lembaga       | 109 |
| <b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN</b>                        |     |
| 4.1 Kesimpulan.....                                       | 119 |
| 4.2 Saran .....   | 121 |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>                                     |     |
| <b>LAMPIRAN</b>   |     |