

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
UCAPAN TERIMA KASIH	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Pembatasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	8
1. Manfaat Teoritis	8
2. Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Tinjauan Pustaka	10
2.1.1 Public Relations	10
A. Definisi Public Relations	10
B. Tujuan Public Relations	12
C. Fungsi Public Relations	13
D. Karakteristik Public Relations	14

E. Aktivitas Public Relations	16
2.1.2 Coporate Social Responsibility	18
A. Definisi Corporate Social Responsibility	18
B. Manfaat Corporate Social Responsibility	23
C. Prinsip-prinsip Corporate Social Responsibility	25
D. Jenis-jenis Corporate Social Responsibility	26
E. Landasan pelaksanaan Corporate Social Responsibility	28
2.1.3 Citra	30
A. Definisi Citra	30
B. Jenis-Jenis Citra	32
C. Proses Pembentukan Citra	33
2.2 Penelitian Terdahulu	36
2.3 Kerangka Konsep	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	43
3.2 Pendekatan Penelitian	43
3.3 Metode Penelitian	43
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	44
3.4.1 Variabel	44
3.4.2 Operasional Variabel	45
3.5 Populasi dan Sampel	47
3.5.1 Populasi	47
3.5.2 Sampel	48
3.6 Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian	49
3.7 Pengumpulan Data	49
3.8 Teknik Analisa Data	50
3.9 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	52
3.9.1 Uji Validitas	52
3.9.2 Uji Reliabilitas	55
BAB IV HASIL PENELITIAN	56
4.1 Gambaran Lokus Penelitian	56

4.1.1 Profil PT. Unilever Indonesia Tbk	56
4.1.2 Logo Perusahaan	59
4.1.3 Instagram @unileveridn	59
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	61
4.2.1 Hasil Penelitian	61
4.3 Hasil pembahasan	93
BAB V PENUTUP	97
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	xvii
LAMPIRAN-LAMPIRAN	xx