

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	II
LEMBAR PENGESAHAN	III
LEMBAR PERNYATAN	V
MOTTO	VI
ABSTRAK	VII
PERSEMBAHAN	VIII
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	IX
KATA PENGANTAR	X
UCAPAN TERIMA KASIH	XI
DAFTAR ISI	XIII
DAFTAR TABEL	XVI
DAFTAR GAMBAR	XVII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Pembatasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.1.1 Strategi	8
A. Pengertian Strategi.....	8
B. Perencanaan Strategis	9
C. Tahapan Manajemen Strategi	11
D. Evaluasi Strategi	12
2.1.2 Strategi Public Relations	12
2.1.3 Public Relations.....	14
A. Pengertian Public Relations.....	14

B. Fungsi Public Relations	15
C. Tujuan Public Relations	17
D. Tugas Public Relations	18
E. Peran Public Relations.....	19
2.1.4 CSR (Corporate Social Responsibility).....	21
A. Pengertian CSR	21
B. Manfaat Pelaksanaan CSR	24
C. Model Pelaksanaan CSR	25
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Kerangka Konsep	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	37
3.2 Pendekatan Penelitian	37
3.3 Metode Penelitian.....	37
3.4 Operasional Konsep	38
3.5 Teknik Penentuan Informan	40
3.6 Teknik Pengumpulan Data	41
3.7 Teknik Analisis Data	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Gambaran Umum Fokus Penelitian	46
4.1.1 Profil PT.Pertamina	46
4.1.2 Logo Pertamina	46
4.1.3 Makna Logo PT. Pertamina	49
4.1.4 Visi, Misi, Tujuan dan Tata Nilai PT. Pertamina.....	50
4.1.5 Struktur Birokrasi	52
4.1.6 Penyajian Hasil Penelitian Strategi Corporate Social Responsibility Program Rumah Pintar Jayapura PT. Pertamina	53
4.1.7 Pembahasan Hasil Penelitian	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	

