

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR TABEL	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Kajian Penelitian Terdahulu	8
F. Definisi Konsep	10
G. Kerangka Pikir	13
H. Metode Penelitian	14
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	15
2. Subyek, Obyek dan Lokasi Penelitian	16
3. Jenis dan Suber Data	17
4. Tahap-Tahap Penelitian	19
5. Teknik Pengumpulan Data	22
6. Teknik Analisis Data	24
7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	25
I. Sistematika Penelitian	26

BAB II LANDASAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka	28
1. Peran	28
2. Pengertian <i>Stakeholder</i>	28
3. <i>Stakeholder</i> internal	29
4. <i>Stakeholder</i> eksternal	30
5. Citra Perusahaan	38
B. Kajian Teori	44
1. Teori Manajemen Citra Perusahaan	44

BAB III PENYAJIAN DATA

A. Deskripsi Subyek dan Lokasi Penelitian	47
B. Deskripsi Data Penelitian	58
1. Hubungan <i>Stakeholder</i> dengan SATUBASA	58
2. Cara Membangun Citra Perusahaan Melalui Peran <i>Stakeholder</i>	61

BAB IV ANALISIS DATA

A. Temuan Penelitian	70
1. Hubungan <i>Stakeholder</i> dengan SATUBASA	70
2. Membangun Citra Perusahaan Melalui Peran <i>Stakeholder</i>	74
B. Konfirmasi Temuan Dengan Teori	83
1. Hubungan <i>Stakeholder</i> dengan Perusahaan SATUBASA dengan Teori Manajemen Citra Organisasi	83
2. Membangun Citra Perusahaan Melalui Peran <i>Stakeholder</i> dengan Teori Manajemen Citra Organisasi	85

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	89
B. Saran	93

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN
BIODATA PENULIS

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 logo SATUBASA	50
Gambar 3.2 Hubungan kekeluargaan yang dilakukan SATUBASA dalam acara liburan.....	73
Gambar 3.3 Hubungan tim SATUBASA dengan <i>client</i> dari PT Berkat Internasional Indonesia dalam acara funwalk doraemon	74

DAFTAR BAGAN

1.1 Kerangka Pikir Penelitian	13
1.2 Struktur Organisasi EO Satubasa.....	51

DAFTAR TABEL

2.1 Perbedaan Citra dan Reputasi	43
2.2 Media komunikasi yang digunakan citra dan reputasi.....	43