DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ..... **ii**

PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **iii**

PENGESAHAN TIM PENGUJI ..... **iv**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN ..... **v**

KATA PENGANTAR ..... **vi**

ABSTRAK ..... **vii**

DAFTAR ISI ..... **viii**

DAFTAR TABEL ..... **xi**

DAFTAR GAMBAR ..... **xii**

BAB I : PENDAHULUAN **1**

A. Konteks Penelitian 1
B. Fokus Penelitian 7
C. Tujuan Penelitian 7
D. Manfaat Penelitian 7
E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu 9
F. Definisi Konsep 13
G. Metode Penelitian 18
   1. Pendekatan dan Jenis Penelitian 18
   2. Subjek, Objek & Lokasi Penelitian 19
   3. Jenis dan Sumber Data 20
   4. Tahapan Penelitian 22
   5. Teknik Pengumpulan Data 25
   6. Teknik Analisis Data 27

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

7. Teknik Keabsahan Data 28
H. Sistematika Pembahasan 30

BAB II : MODEL KOMUNIKASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY 32

A. Model Komunikasi Corporate Social Responsibility 32
1. Model Komunikasi 32
a. Pengertian Model Komunikasi 32
b. Fungsi Model Komunikasi 34
c. Model-model Komunikasi 35
1) Model S-R 35
2) Model Laswell 37
3) Model Shannon dan Weaver 39
4) Model Schramm 41
5) Model Berlo 42
6) Model DeFleur 44
2. Corporate Social Responsibility 46
a. Pengertian Corporate Social Responsibility 47
b. Model pelaksanaan CSR 52
3. Media 55
a. Media Komunikasi 56
b. Media Internal Perusahaan 63
c. Media-media yang digunakan Public Relation 64
B. Model Komunikasi Corporate Social Responsibility dalam Pandangan Teori Kontrak Sosial 66

BAB III : PAPARAN DATA PENELITIAN 72

A. Data tentang Model Komunikasi CSR PT. Pertamina (Persero) MOR V Surabaya 72
1. Profil PT. Pertamina (Persero) MOR V Surabaya 72
2. Profil Informan 83
B. Deskripsi Data Penelitian 84

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Proses Komunikasi Corporate Social Responsibility PT. Pertamina (Persero) MOR V Surabaya 84
2. Penggunaan Media dalam Proses Komunikasi Corporate Social Responsibility PT. Pertamina (Persero) MOR V Surabaya 93

BAB IV : ANALISIS DATA MODEL KOMUNIKASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PT. PERTAMINA (PERSERO) MOR V SURABAYA 104

A. Temuan Penelitian 104
B. Konfirmasi Temuan dengan Teori Kontrak Sosial 118

BAB V : PENUTUP 123

A. Simpulan 123
B. Rekomendasi 125

DAFTAR PUSTAKA

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kajian Hasil Penelitian Terdahulu 10

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Komunikasi S-R..... 35

Gambar 2.2 Model Komunikasi Lasswell 39

Gambar 2.3 Model Komunikasi Shannon dan Weaver 39

Gambar 2.4 Model Komunikasi Schramm 42

Gambar 2.5 Model Komunikasi Berlo 44

Gambar 2.6 Model Komunikasi DeFleur 46

Gambar 2.7 The Social Contract 68

Gambar 2.8 Tanggungjawab Perusahaan Perspektif Social Contract 70

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id