

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Kerangka Pemikiran.....	8
1. Strategi Komunikasi	8
2. <i>Corporate Social Responsibility</i>	13
3. Citra (<i>Image</i>).....	16
F. Definisi Operasional	20
1. Strategi Komunikasi dalam Proses Komunikasi.....	20
2. <i>Corporate Social Responsibility</i>	22
3. Citra Perusahaan	23
G. Metodologi Penelitian	23
1. Metode Penelitian.....	23
2. Teknik Pengumpulan Data	25
3. Teknik Analisis Data	27
BAB II STRATEGI KOMUNIKASI <i>CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY</i>	29
A. Penelitian Terdahulu	29
B. Strategi Komunikasi.....	33
1. Langkah-langkah Perencanaan Strategi Komunikasi.....	34
2. Hambatan Komunikasi	38
3. Faktor untuk Menentukan Strategi Komunikasi	40
C. <i>Corporate Social Responsibility</i>	42
1. Perkembangan Komunikasi CSR.....	43
2. CSR sebagai Strategi Komunikasi	45
3. Hubungan antara CSR terhadap Citra Perusahaan.....	46
BAB III PT CHANDRA ASRI PETROCHEMICAL TBK.....	49
A. Profil PT Chandra Asri Petrochemical Tbk.....	49
1. Sejarah dan Perkembangan.....	50
2. Visi, Misi, dan Nilai-nilai	52
3. Struktur Organisasi.....	53
B. Implementasi <i>Corporate Image Building</i> melalui CSR	56
1. Program CSR PT Chandra Asri Petrochemical Tbk	56
2. Pemilihan dalam Penggunaan Media	58

BAB IV ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PROGRAM CSR PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PT CHANDRA ASRI PETROCHEMICAL TBK	60
A. Proses Perencanaan Strategi Komunikasi	60
B. Implementasi Kegiatan Komunikasi Program CSR Pemberdayaan Masyarakat	68
C. Analisis Strategi Komunikasi Program CSR Pemberdayaan Masyarakat PT Chandra Asri Petrochemical Tbk dalam Pembentukan Citra Perusahaan	73
BAB V PENUTUP	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	92