

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
HALAMAN PRASYARAT GELAR	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENETAPAN PANITIA PENGUJI	v
HALAMAN PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
UCAPAN TERIMA KASIH	ix
RINGKASAN	xii
SUMMARY	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
DAFTAR ISI	
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan masalah	10
1.3 Tujuan penelitian	10
1.4 Manfaat penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian terdahulu	11
2.2 Teori <i>public relations</i>	16
2.3 Proses <i>public relations</i>	18
2.3.1 Mendefinisikan permasalahan <i>public relations</i>	19
2.3.2 Membuat rencana dan program	22
2.3.3 Mengambil tindakan dan berkomunikasi	25
2.3.4 Mengevaluasi program	28
2.4 Konsep <i>reputation</i>	29
2.5 <i>Public relations</i> dalam Instansi Pendidikan (organsiasi non profit)	32
2.5 Kerangka Pemikiran	36
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Batasan konseptual	39
3.2 Subjek penelitian dan unit analisis	40

3.3 Teknik pengumpulan data	41
3.4 Teknik analisis data	42
BAB IV GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN	
4.1 Profil dan Karakteristik SMA St. Louis 1	44
4.2 Aktifitas dan Kegiatan <i>Public Relations</i> SMA St. Louis 1	48
4.3 Profil dan Karakteristik SMA Al Hikmah	53
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1 <i>Reputation Management</i> dalam SMA St. Louis 1 dan SMA Al Hikmah, Surabaya	56
5.2 Identifikasi Permasalahan <i>Public Relations</i> (Kehumasan)	67
5.3 Menyusun Rencana dan Program <i>Public Relations</i>	85
5.4 Implementasi Kegiatan <i>Public Relations</i>	88
5.5 Evaluasi Program <i>Public Relations</i>	93
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	104
6.2 Saran	
6.2.1 Saran Akademis	107
6.2.2 Saran Praktis	108
DAFTAR PUSTAKA	xviii
LAMPIRAN	