

2.1.1 <i>Pencils Strategy</i> .....	8
2.2 Landasan Konsep.....	11
2.2.1 <i>Public Relation</i> .....	11
2.2.2 Strategi <i>Public Relation</i> .....	13
2.2.3 Reputasi.....	14
2.2.4 <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	16
2.3 Studi Penelitian Terdahulu.....	18
2.3.1 Peran <i>Public Relation</i> Dalam Membangun Reputasi Perguruan Tinggi.....	18
2.3.2 Strategi <i>Public Relations</i> DETIKCOM Dalam Meningkatkan Brand Loyalty.....	19
2.3.3 Peran <i>Public Relation</i> dalam Program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) di CSB Mall, Cirebon.....	19
2.3.4 PR and <i>It's Role in Communicating Corporate Social Responsibilities</i> .....	20
2.4 Kerangka Pemikiran.....	24

### BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian.....	25
3.2 Pendekatan Penelitian.....	26
3.3 Jenis Penelitian.....	26
3.4 Metode Penelitian.....	28
3.5 Lokasi dan Waktu.....	29
3.6 Teknik Pemilihan Informan.....	30
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.7.1 Data Primer.....	32
3.7.2 Data Sekunder.....	33
3.8 Teknik Analisis Data.....	33
3.9 Teknik Keabsahan Data.....	34

## BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum dan Objek Penelitian.....	37
4.1.1 PT Bhinneka Dwi Persada.....	37
4.1.2 <i>Public Relation</i> .....	38
4.2 Hasil Penelitian.....	39
4.2.1 Perencanaan Kegiatan PR di PT Bhinneka Dwi Persada.....	40
4.2.2 Media Penyebaran Informasi Kegiatan.....	41
4.2.3 Keterlibatan Komunitas, Mitra, dan Pemerintah dalam Kegiatan PR di PT Bhinneka Dwi Persada.....	43
4.2.4 Evaluasi Kegiatan PR dalam Membangun Reputasi.....	45
4.2.5 Strategi <i>Public Relation</i> PT Bhinneka Dwi Persada.....	46
4.2.6 Corporate Social Responsibility PT Bhinneka Dwi Persada.....	52
4.2.7 Corporate Reputation PT Bhinneka Dwi Persada.....	54
4.3 Pembahasan.....	57

## BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	61
5.2 Saran.....	62
5.2.1 Saran Akademis.....	62
5.2.2 Saran Praktis.....	63

DAFTAR PUSTAKA.....	64
---------------------	----

RIWAYAT HIDUP.....	68
--------------------	----

LAMPIRAN.....	69
---------------	----