

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	II
PERSETUJUAN PEMBIMBING	III
PENGESAHAN TIM PENGUJI	IV
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	V
KATA PENGANTAR	VI
ABSTRAK	IX
DAFTAR ISI	X
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu	6
F. Definisi Konsep	7
G. Kerangka Pikir Penelitian	9
H. Metode Penelitian	13
1. Pendekataan dan Jenis Penelitian	13
2. Jenis dan Sumber Data	22
3. Tahap-tahap Penelitian	23
4. Teknik Pengumpulan Data	23
5. Teknik analisis data	27
6. Teknik pemeriksaan keabsahan data	33
I. Sistematika Pembahasan	35

BAB II KAJIAN TOERETIS	36
A. Kajian Pustaka	36
1. Pengertian <i>Public Relations</i>	36
a. Perbedaan Antara <i>Public</i> , <i>Crowd</i> dan <i>Masa</i>	36
b. Pengertian <i>Relations</i>	41
c. Pengertian <i>Public Relations</i>	42
2. <i>Public Relations</i> sebagai Media Komunikasi	45
B. Kajian Teori	49
1. Sejarah dan Perkembangan <i>Public Relations</i>	49
2. Empat Model <i>Public Relations</i> Grunig-Hunt	52
3. Hal-Hal Berkaitan dengan <i>Public Relations</i>	67
BAB III PENYAJIAN DATA	76
A. Deskripsi Subjek, Objek dan Lokasi Penelitian	76
1. Deskripsi Subjek Penelitian	76
2. Deskripsi Objek Penelitian	76
3. Lokasi Penelitian	77
a. Sejarah terbentuknya IAIN Sunan Ampel	77
b. Visi-misi dan motto IAIN Sunan Ampel	80
c. Bagan struktur organisasi UIN Sunan Ampel	81
d. Posisi struktural Humas UIN Sunan Ampel	83
B. Deskripsi Data tentang Media Humas UIN Sunan Ampel dalam Berkomunikasi dengan Publik Internalnya.. ..	90
BAB IV ANALISIS DATA	109
A. Temuan Penelitian	109
B. Konfirmasi Temuan dengan Teori	113
BAB V PENUTUP	124
A. Kesimpulan	124
B. Rekomendasi	126

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN