

Ropingi el Ishaq

Public Relations

Teori & Praktik

		PERPUSTAKAAN	
Nd. INV.			
Th. Anag.			Cat :
Peran			TGL.

Intrans Publishing
2017

Daftar Isi

Pengantar Penulis -- v
Pengantar Editor -- viii
Pengantar Penerbit -- x
Daftar Isi -- xii
Daftar Gambar -- xv

Bab 1: Dimensi *Public Relations* -- 1

A. Pengertian <i>Public Relations</i> -- 1
B. Konsep-konsep Dasar -- 14
C. Prinsip-prinsip <i>Public Relations</i> -- 16
D. Ruang Lingkup <i>Public Relations</i> -- 19
E. Tujuan <i>Public Relations</i> -- 22
F. Fungsi <i>Public Relations</i> -- 27
G. Manfaat <i>Public Relations</i> -- 31
H. Proses <i>Public Relations</i> -- 32
I. Mekanisme Kerja <i>Public Relations</i> -- 39
J. Kesalahan Umum dalam <i>Public Relations</i> -- 41

Bab 2: Sejarah dan Perkembangan *Public Relations* -- 46

A. Sejarah Singkat <i>Public Relations</i> -- 46
B. Perkembangan <i>Public Relations</i> pada Zaman Nabi Muhammad -- 50
C. Perkembangan <i>Public Relations</i> di Indonesia -- 52

Bab 3: *Public Relations* sebagai Suatu Profesi -- 55

A. Pentingnya Keberadaan <i>Public Relations Officer</i> -- 55
B. Tugas Pokok <i>Public Relations Officer</i> -- 58
C. Peran <i>Public Relations Officer</i> -- 67
D. Kegiatan <i>Public Relations Officer</i> -- 71
E. Kualifikasi <i>Public Relations Officer</i> -- 72
F. <i>Public Relations Officer</i> Profesional -- 75
G. Etika Profesi <i>Public Relations</i> -- 81

Bab 4: Khalayak *Public Relations* -- 85

- A. Definisi Khalayak -- 85
 - B. Jenis-jenis Khalayak -- 85
 - C. Menetapkan Khalayak -- 90
-

Bab 5: Manajemen Program *Public Relations* -- 93

- A. Manajemen *Public Relations* -- 93
 - B. Fungsi Manajemen *Public Relations* -- 95
 - C. Operasional Teknik Program *Public Relations* -- 96
 - D. Rincian Pekerjaan Divisi *Public Relations* -- 101
-

Bab 6: Perencanaan Program *Public Relations* -- 104

Bab 7: Strategi Komunikasi dalam *Public Relations* -- 117

- A. Pengertian Komunikasi -- 119
 - B. Komponen Komunikasi -- 119
 - C. Proses Komunikasi -- 121
 - D. Gangguan Komunikasi -- 124
 - E. Komunikasi Persuasif dalam Praktik *Public Relations* -- 126
-

Bab 8: Menciptakan Hubungan Baik dengan Khalayak Internal -- 130

- A. Apa Hubungan Internal? -- 130
 - B. Media Komunikasi Internal -- 132
 - C. Strategi Komunikasi Internal -- 133
 - D. Tugas Internal *Public Relations* -- 137
-

Bab 9: Hubungan dan Media Komunikasi Eksternal -- 140

- A. Media Tradisional dan Konvergensi Media -- 141
 - B. Membangun Hubungan Melalui Media -- 145
 - C. Pedoman Menghadapi Media -- 147
-

Bab 10: Menciptakan Media *Public Relations* -- 149

- A. Media Internal -- 152
- B. Media Eksternal -- 154
- C. Bentuk-bentuk Baru Jurnal *Public Relations* -- 155

- D. Pertimbangan dalam Membuat Audio Visual -- 156
 - E. Manfaat Penggunaan Media Audio Visual -- 158
-

Bab 11: Citra, Reputasi, dan Opini Publik -- 160

- A. Citra -- 160
 - B. Reputasi -- 165
 - C. Opini Publik -- 168
-

Bab 12: Evaluasi Hasil Kegiatan *Public Relations* -- 173

- A. Hasil Kegiatan *Public Relations* -- 173
 - B. Metode Pengukuran -- 174
 - C. Langkah-Langkah Evaluasi -- 177
 - D. Level Evaluasi Program -- 179
-

Bab 13: Riset *Public Relations* -- 184

- A. Pengertian Riset *Public Relations* -- 184
 - B. Model-Model Riset *Public Relations* -- 185
 - C. Unobstrusive Measure -- 188
 - D. Tolok Ukur Efektivitas *Public Relations* -- 189
 - E. Riset Citra -- 191
 - F. Teknik Membuat Pertanyaan -- 197
-

Index -- 200

Daftar Pustaka -- 207

Tentang Penulis -- 208

Tentang Editor -- 209