

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK .....	iii
ABSTRACK .....	iv
RINGKESAN.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1. Konteks penelitian .....	1
1.2. Pertanyaan Penelitian .....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Kegunaan Penelitian.....	8
1.4.1. Kegunaan Teoritis.....	8
1.4.2. Kegunaan Praktis .....	9
BAB II.....	11
KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN .....	11
3.1. Kajian Literatur .....	11
3.1.1. Review Penelitian Sejenis .....	11
3.2. Kerangka Konseptual .....	16
3.2.1. Komunikasi .....	16
3.2.2. Humas/Public Relations .....	28
4.4.6. Citra.....	38
2.3. Kerangka Teoritis .....	44
2.3.1. Teori Bauran Public Relations/Humas .....	44
2.3.2. Teori Pembentukan Citra .....	46
4.4. Kerangka Pemikiran .....	49
BAB III .....	53

SUBJEK, OBJEK, DAN METODOLOGI PENELITIAN .....	53
4.4. Subjek Penelitian .....	53
3.2. Objek Penelitian .....	56
3.3. Gambaran umum Universitas Pasundan Bandung .....	57
3.3.1. Sejarah Universitas Pasundan .....	58
4.4.6. Lambang dan Bendera.....	59
4.4.6. Visi dan Misi Universitas Pasundan .....	61
3.3.4. Program Akademik Universitas Pasundan.....	62
3.3.5. Perkembangan Universitas Pasundan .....	66
3.3.6. Stuktur Pemimpin Universitas Pasundan.....	67
3.4. Metodologi Penelitian .....	67
3.5. Desain/Paradigma Penelitian.....	69
3.6. Prosedur Pengumpulan Data .....	70
3.7. Rancangan Analisis Data.....	75
3.8. Kredibilitas dan tingkat kepercayaan hasil penelitian .....	78
3.9. Membuka akses dan menjalin hubungan dengan subjek penelitian.....	79
3.10. Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	82
3.10.1. Lokasi Penelitian.....	82
3.10.2. Jadwal Penelitian.....	82
BAB IV .....	84
PEMBAHASAN .....	84
4.1. Hasil Penelitian.....	84
4.1.1. Upaya Membangun Citra Positif Universitas Pasundan Melalui Strategi Komunikasi Public Relations (Publikasi) .....	86
4.1.2. Upaya Membangun Citra Positif Universitas Pasundan Melalui Strategi Komunikasi Public Relations (Event) .....	96
4.1.3. Upaya Membangun Citra Positif Universitas Pasundan Melalui Strategi Komunikasi Ppublik Relations (CSR Corporate Social Responsibility).....	100
4.1.4. Upaya Membangun Citra Positif Universitas Pasundan Melalui Strategi Komunikasi Public Relations (News) .....	105
4.1.5. Upaya Membangun Citra Positif Universitas Pasundan Melalui Strategi Komunikasi Public Relations (Lobbying and Negotiations).....	111
4.2. Citra Publik Eksternal Terhadap Kampus Universitas Pasundan.....	115

4.2.1.	Persepsi .....	116
4.2.2.	Kognisi .....	120
4.2.3.	Motivasi .....	123
4.2.4.	Sikap.....	127
4.3.	Pembahasan .....	130
4.3.1.	Peran Public Relations PENCILS Kampus Univeritas Pasundan.	131
4.3.2.	Citra Publik Eksternal Terhadap Kampus Universitas Pasundan .	145
BAB V.....		147
SIMPULAN DAN SARAN .....		147
5.2.	Simpulan.....	147
5.2.	Saran .....	148
5.2.1.	Saran teoritis.....	148
5.2.2.	Saran Praktis .....	149
DAFTAR PUSTAKA .....		151
LAMPIRAN.....		155