

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
KESEDIAAN PUBLIKASI	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR DIAGRAM	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiii
ABSTRAK	xvi
DAFTAR ISI	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	9
1. Identifikasi dan Fokus Penelitian	9
2. Pertanyaan Penelitian	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Hipotesis	12
E. Kegunaan Penelitian	13
F. Penegasan Penelitian	14
1. Penegasan Konseptual	14
2. Penegasan Operasional	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA	18
A. <i>Public Relations</i> Lembaga Pendidikan Islam	18
1. Pengertian <i>Public Relations</i>	18
2. Tugas dan Fungsi <i>Public Relations</i>	21
3. Urgensi <i>Public Relations</i>	23
4. Ruang Lingkup <i>Public Relations</i>	25
B. Citra Positif Lembaga Pendidikan Islam	28
1. Pengertian Citra Positif	28
2. Urgensi Citra Positif	30
3. Proses Pembentukan Citra	31
4. Jenis-Jenis Citra	34
C. Strategi <i>Public Relations</i> dalam membangun Citra Positif	36
1. Pendekatan <i>Public Relations</i> dalam membangun Citra Positif	39
2. Komunikasi <i>Public Relations</i> dalam membangun Citra Positif	46
3. Media <i>Public Relations</i> dalam membangun Citra Positif	50
D. Pengaruh <i>Public Relations</i> terhadap Citra Positif	54
1. Pengaruh Pendekatan <i>Public Relations</i> dalam membangun Citra Positif	56
2. Pengaruh Komunikasi <i>Public Relations</i> dalam membangun Citra Positif	57
3. Pengaruh Media <i>Public Relations</i> dalam membangun Citra Positif	58
E. Alur Berpikir	59

F. Penelitian Terdahulu	61
BAB III METODE PENELITIAN	75
A. Penelitian Tahap Pertama (Kualitatif)	75
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	75
2. Kehadiran Peneliti	77
3. Lokasi Penelitian	78
4. Penentuan Sampel Penelitian	79
5. Teknik Pengumpulan Data Penelitian	80
6. Teknik Analisis Data Penelitian	83
7. Pengecekan Keabsahan Data	84
B. Penelitian Tahap Kedua (Kuantitatif)	87
1. Variabel Penelitian	87
2. Populasi dan Sampel Penelitian	88
3. Teknik Pengumpulan Data	90
4. Uji Validitas dan Reliabelitas	90
5. Teknik Analisis Data	93
C. Tahapan-Tahapan Penelitian	100
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	103
A. Paparan Data Kualitatif	103
1. Pendekatan <i>Public Relations</i> MAN Insan Cendekia Pekalongan dalam Membangun Citra Positif	103
a. Pendekatan Filosofis	106
b. Pendekatan Fungsionalis	119
c. Pendekatan Manajerial	127
2. Komunikasi <i>Public Relations</i> MAN Insan Cendekia Pekalongan dalam Membangun Citra Positif	135
a. Verbal	136
b. Non Verbal	143
3. Media <i>Public Relations</i> MAN Insan Cendekia Pekalongan dalam Membangun Citra Positif	146
a. Elektronik	147
b. Cetak	148
c. Online	148
B. Temuan Data Kuantitatif	153
1. Pendekatan <i>Public Relations</i> MAN Insan Cendekia Pekalongan dalam Membangun Citra Positif	153
2. Komunikasi <i>Public Relations</i> MAN Insan Cendekia Pekalongan dalam Membangun Citra Positif	156
3. Media <i>Public Relations</i> MAN Insan Cendekia Pekalongan dalam Membangun Citra Positif	157
C. Paparan Data Kuantitatif	159
1. Deskripsi Data Variabel	159
a. Deskripsi Data Variabel Pendekatan <i>Public Relations</i>	160
b. Deskripsi Data Variabel Komunikasi <i>Public Relations</i>	162
c. Deskripsi Data Variabel Media <i>Public Relations</i>	164
d. Deskripsi Data Variabel Citra Positif	166
2. Uji Validitas dan Reliabelitas	167
3. Pengujian Asumsi Klasik	171

a.	Uji Normalitas	171
b.	Uji Multikoliniritas	172
c.	Uji Auto Korelasi	173
d.	Uji Heteroskedastisitas	174
4.	Uji Hipotesis	175
a.	Uji F	177
b.	Uji t	178
c.	Koefesien determinasi	180
D.	Temuan Data Kuantitatif	180
1.	Pengaruh Pendekatan <i>Public Relations</i> terhadap Citra Positif	180
2.	Pengaruh Komunikasi <i>Public Relations</i> terhadap Citra Positif	181
3.	Pengaruh Media <i>Public Relations</i> terhadap Citra Positif	182
4.	Pengaruh Pendekatan <i>Public Relations</i> , Komunikasi <i>Public Relations</i> , Media <i>Public Relations</i> terhadap Citra Positif	183
BAB V PEMBAHASAN		184
1.	Pendekatan <i>Public Relations</i> membangun Citra Positif	184
a.	Pendekatan filosofis	186
b.	Pendekatan Fungsionalis	190
c.	Pendekatan Manajerial	197
2.	Komunikasi <i>Public Relations</i> membangun Citra Positif	206
a.	Verbal	208
b.	Non Verbal	214
3.	Media <i>Public Relations</i> membangun Citra Positif	219
a.	Elektronik	222
b.	Cetak	223
c.	Online	223
4.	Pengaruh Pendekatan <i>Public Relations</i> terhadap Citra Positif	226
5.	Pengaruh Komunikasi <i>Public Relations</i> terhadap Citra Positif	228
6.	Pengaruh Media <i>Public Relations</i> terhadap Citra Positif	229
7.	Pengaruh Pendekatan <i>Public Relations</i> , Komunikasi <i>Public Relations</i> , Media <i>Public Relations</i> terhadap Citra Positif	231
BAB VI PENUTUP		234
A.	Kesimpulan	234
B.	Implikasi	236
C.	Saran	238
D.	Daftar Pustaka	239