

DAFTAR ISI

<u>ABSTRAK</u>	iv
<u>KATA PENGANTAR</u>	vi
<u>DAFTAR ISI</u>	x
<u>DAFTAR GAMBAR</u>	xiii
<u>DAFTAR LAMPIRAN</u>	xiv
<u>BAB I PENDAHULUAN</u>	1
<u>1.1 Latar Belakang Masalah</u>	1
<u>1.2 Perumusan Masalah</u>	2
<u>1.3 Batasan Masalah</u>	3
<u>1.4 Tujuan</u>	3
<u>1.5 Manfaat</u>	3
<u>1.6 Sistematika Penulisan</u>	4
<u>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</u>	6
<u>2.1 Gambaran Umum PT. TELKOM Indonesia, Tbk</u>	6
<u>2.1.1 Sejarah Singkat PT. TELKOM Indonesia</u>	6
<u>2.1.2 Visi dan Misi PT. TELKOM Indonesia, Tbk</u>	8
<u>2.1.3 Arti Logo PT. TELKOM Indonesia, Tbk</u>	10
<u>2.2 Gambaran Umum TELKOM Flexi Area Commerce V PT. TELKOM Indonesia Tbk. Surabaya</u>	13
<u>2.2.1 Logo TELKOM Flexi</u>	14
<u>2.2.2 Struktur Organisasi Divisi TELKOM Flexi</u>	15
<u>2.2.3 Deskripsi Pekerjaan (<i>Job Description</i>)</u>	15
<u>2.2.4 Denah Kantor</u>	22

<u>BAB III</u>	<u>LANDASAN TEORI</u>	23
<u>3.1</u>	<u>Public Relations</u>	23
<u>3.2.1</u>	<u>Fungsi Public Relations</u>	24
<u>3.2.2</u>	<u>Ruang lingkup tugas Public relations</u>	25
<u>3.2.3</u>	<u>Peran Public Relations dalam Organisasi</u>	27
<u>3.2.4</u>	<u>Aktifitas Public Relations</u>	30
<u>3.2.5</u>	<u>Strategi Public Relation</u>	32
<u>3.2.6</u>	<u>Sasaran Public Relations</u>	34
<u>3.2</u>	<u>Citra</u>	37
<u>BAB IV</u>	<u>HASIL DAN PEMBAHASAN</u>	41
<u>4.1</u>	<u>Waktu dan Tempat Pelaksanaan Proyek Akhir</u>	41
<u>4.1.1</u>	<u>Waktu Pelaksanaan Proyek akhir</u>	41
<u>4.1.2</u>	<u>Tempat Pelaksanaan Proyek Akhir</u>	41
<u>4.2</u>	<u>Pembahasan</u>	42
<u>4.2.1</u>	<u>Membina hubungan dengan Media dan Pers</u>	42
<u>4.2.2</u>	<u>Memberikan Pelayanan Prima (<i>Service of Excellence</i>)</u>	56
<u>4.2.3</u>	<u>Melakukan Promosi TELKOM</u>	59
<u>BAB V</u>	<u>KESIMPULAN DAN SARAN</u>	65
<u>5.1</u>	<u>Kesimpulan</u>	65
<u>5.2</u>	<u>Saran</u>	66
	<u>DAFTAR PUSTAKA</u>	67
	<u>LAMPIRAN</u>	68