



75%
omunikasi dengan masyarakat. Pendekatan *collaborative* sebagai salah

III | Corporate Social Responsibility dan Branding

satu yang dilakukan perusahaan. Komunikasi dialogis diupayakan dilakukan agar mendapat respon dan hasil positif yang menguntungkan.

Dengan artikel tentang komunikasi dialogis untuk menyelesaikan sengketa maka tuntaslah seluruh artikel yang tersaji dalam buku ini. Keseluruhan tulisan dan ulasan dari para penulis yang sangat beragam merupakan keunikan tersendiri dan menjadikan kaya perspektif yang dihasilkan. Akhirnya selamat membaca, dan semoga memberikan manfaat yang besar untuk semuanya.

Yogyakarta, Maret 2017

Editor

Aswad Ishak