

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I LATAR BELAKANG	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.2.1 Rumusan Masalah Makro.....	13
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro	13
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	14
1.3.1 Maksud Penelitian	14
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Kegunaan Penelitian.....	15
1.4.2 Kegunaan Teoritis	15
1.4.3 Kegunaan Praktis.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA & KERANGKA PEMIKIRAN	17
2.1 Tinjauan Pustaka	17
2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	17

2.1.2	Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi.....	21
2.1.2.1	Definisi Ilmu Komunikasi.....	21
2.1.2.2	Proses Komunikasi.....	23
2.1.2.3	Unsur – Unsur Komunikasi	24
2.1.2.4	Fungsi Komunikasi	26
2.1.4	Tinjauan tentang Komunikasi Pembangunan.....	31
2.1.4.1	Pengertian Pembangunan.....	31
2.1.4.2	Fungsi Komunikasi Pembangunan	33
2.1.4.3	Tujuan Komunikasi Pembangunan	35
2.1.5	Tinjauan Tentang Implementasi Manajemen Komunikasi.....	37
2.1.5.1	Definisi Manajemen Komunikasi	37
2.1.6	Tinjauan Tentang <i>Entrepreneurship</i>	46
2.1.6.1	Definisi <i>Entrepreneur</i>	46
2.1.7	Tinjauan Tentang <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	47
2.1.7.1	Definisi <i>Corporate Social Responsibility</i>	47
2.1.7.2	Komponen <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	49
2.1.8	Tinjauan Tentang <i>Digital Economy Ecosystem</i>	50
2.1.8.1	Definisi <i>Digital Economy Ecosystem</i>	50
2.1.9	Tinjauan tentang Pelaku UMKM	53
2.1.9.1	Pengertian UMKM.....	53
2.1.9.2	Ruang Lingkup UMKM.....	54
2.2	Kerangka Pemikiran	55
BAB III	METODE PENELITIAN	60
3.1	Desain dan Metode Penelitian.....	60
3.2	Informan Penelitian	61

3.2.1 Informan Kunci	62
3.2.2 Informan Pendukung	64
3.3 Teknik Pengumpulan Data	65
3.3.1 Studi Pustaka	65
3.3.2 Studi Literatur.....	65
3.3.3 Studi lapangan	68
3.3.3.1 Wawancara Mendalam (<i>In-depth Interview</i>)	68
3.3.3.2 Observasi <i>Non Partisipan</i>	69
3.3.3.3 Dokumentasi	69
3.4 Uji Keabsahan Data	70
3.4.1 Triangulasi Waktu	70
3.4.2 Diskusi dengan Rekan Sejawat	71
3.4.3 <i>Membercheck</i>	71
3.5 Teknik Analisa Data	72
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	74
3.6.1 Lokasi Penelitian	74
3.6.2 Waktu Penelitian	74
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	76
4.1 Analisis Objek Penelitian	76
4.1.1 Deskripsi Analisis Objek Penelitian	79
4.1.1.1 Sejarah Rumah BUMN	79
4.1.1.2 Logo Rumah BUMN.....	79
4.1.1.3 Struktur Organisasi Rumah BUMN.....	81
4.1.1.4 Visi dan Misi Rumah BUMN	82
4.1.2 Deskripsi Informan Penelitian.....	82

4.1.2.1 Deskripsi Informan Kunci.....	83
4.1.2.2 Deskripsi Informan Pendukung	86
4.1.3 Analisis Hasil Penelitian	88
4.1.3.1 Perencanaan Rumah BUMN Bandung Bank Rakyat Indonesia (BRI) Setiabudi melalui Program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dalam Membentuk <i>Digital Economy Ecosystem</i> untuk Membantu Pemberdayaan Pelaku UMKM	90
4.1.3.2 Pengorganisasian Rumah BUMN Bandung Bank Rakyat Indonesia (BRI) Setiabudi melalui Program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dalam Membentuk <i>Digital Economy Ecosystem</i> untuk Membantu Pemberdayaan Pelaku UMKM.....	103
4.1.3.3 Pelaksanaan Rumah BUMN Bandung Bank Rakyat Indonesia (BRI) Setiabudi melalui Program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dalam Membentuk <i>Digital Economy Ecosystem</i> untuk Membantu Pemberdayaan Pelaku UMKM	111
4.1.3.4 Pengontrolan Rumah BUMN Bandung Bank Rakyat Indonesia (BRI) Setiabudi melalui Program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dalam Membentuk <i>Digital Economy Ecosystem</i> untuk Membantu Pemberdayaan Pelaku UMKM	122
4.2 Pembahasan	126
4.2.1 Perencanaan Rumah BUMN Bandung Bank Rakyat Indonesia (BRI) Setiabudi melalui Program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dalam Membentuk <i>Digital Economy Ecosystem</i> untuk Membantu Pemberdayaan Pelaku UMKM	126
4.2.2 Pengorganisasian Rumah BUMN Bandung Bank Rakyat Indonesia (BRI) Setiabudi melalui Program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dalam Membentuk <i>Digital Economy Ecosystem</i> untuk Membantu Pemberdayaan Pelaku UMKM	136

4.2.3 Pelaksanaan Rumah BUMN Bandung Bank Rakyat Indonesia (BRI) Setiabudi melalui Program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dalam Membentuk <i>Digital Economy Ecosystem</i> untuk Membantu Pemberdayaan Pelaku UMKM	142
4.2.4 Pengontrolan Rumah BUMN Bandung Bank Rakyat Indonesia (BRI) Setiabudi melalui Program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dalam Membentuk <i>Digital Economy Ecosystem</i> untuk Membantu Pemberdayaan Pelaku UMKM	150
4.2.5 Implementasi Manajemen Komunikasi Rumah BUMN Bandung Bank Rakyat Indonesia (BRI) Setiabudi melalui Program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dalam Membentuk <i>Digital Economy Ecosystem</i> untuk Membantu Pemberdayaan Pelaku UMKM	154
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	159
5.1 Kesimpulan.....	159
5.2 Saran.....	160
5.2.1 Saran Bagi Rumah BUMN Bandung dan Peserta UMKM	160
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	161
DAFTAR PUSTAKA	162
LAMPIRAN.....	165
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	208
KONTAK PENULIS DAN KONTRIBUTOR PENELITIAN.....	209
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	210