

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PERSEMBAHAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.2.1 Rumusan Masalah Makro	10
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro.....	10
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	10
1.3.1 Maksud Penelitian.....	11
1.3.2 Tujuan Penelitian	11
1.4 Kegunaan Penelitian.....	11
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	11
1.4.2 Kegunaan Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Tinjauan Pustaka	14
2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	14
2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi.....	17
2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi	26
2.1.4 Tinjauan Tentang Humas	33

2.1.5 Tinjauan Tentang Berita Viral	42
2.1.6 Tinjauan tentang New Media	49
2.1.7 Tinjauan Tentang Media Sosial	53
2.1.8 Tinjauan tentang Citra Perusahaan	65
2.2 Kerangka Pemikiran	68
BAB III METODE PENELITIAN	73
3.1 Desain & Metode	73
3.2 Informan Penelitian	75
3.2.1 Informan Kunci	76
3.2.2 Informan Pendukung	77
3.3 Teknik Pengumpulan Data	78
3.3.1 Studi Pustaka	78
3.3.2 Studi Literatur	79
3.3.3 Studi Lapangan	80
3.4 Uji Keabsahan Data	82
3.4.1 Diskusi dengan Teman Sejawat	83
3.4.2 Membercheck	83
3.4.3 Triangulasi	84
3.5 Teknik Analisa Data	86
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	89
3.6.1 Lokasi	89
3.6.2 Waktu Penelitian	89
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	91
4.1 Hasil Penelitian	91
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	94
4.1.2 Deskripsi Informan	111
4.1.3 Analisa Hasil Penelitian	118
4.2 Pembahasan	164
4.2.1 Menentukan masalah (<i>Defining the Problem</i>) PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Kantor Pusat Pada Penangan Berita Viral di Media Sosial dalam Menjaga Citra Perusahaan	165

4.2.2 Perencanaan dan penyusunan program (<i>Planning and Programming</i>) PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Kantor Pusat Pada Penangan Berita Viral di Media Sosial dalam Menjaga Citra Perusahaan	169
4.2.3 Melakukan tindakan dan berkomunikasi (<i>Taking Action and Communicating</i>) PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Kantor Pusat Pada Penangan Berita Viral di Media Sosial dalam Menjaga Citra Perusahaan..	172
4.2.4 Evaluasi program (<i>Evaluating the Program</i>) PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Kantor Pusat Pada Penangan Berita Viral di Media Sosial dalam Menjaga Citra Perusahaan	179
4.2.5 Strategi Humas PT. Kereta Api Indonesia Kantor (Persero) Pusat Pada Penangan Berita Viral di Media Sosial dalam Menjaga Citra Perusahaan..	183
BAB V PENUTUP	189
5.1 Kesimpulan.....	189
5.2 Saran	192
5.2.1 Saran untuk Humas PT. Kereta Api Indonesia Kantor Pusat	192
5.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya	193
DAFTAR PUSTAKA	194
LAMPIRAN.....	199
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	296