

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.2.1 Rumusan Masalah Makro	8
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	8
1.3.1 Maksud Penelitian.....	8
1.3.2 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.4.1 Kegunaan Teoritis	9
1.4.2 Kegunaan Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	12

2.1 Tinjauan Pustaka	12
2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	12
2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi	15
2.1.2.1 Definisi Ilmu Komunikasi	15
2.1.2.2 Unsur Unsur dalam Proses Komunikasi.....	15
2.1.2.3 Proses Komunikasi	17
2.1.2.4 Komponen-komponen Komunikasi	18
2.1.2.5 Fungsi Komunikasi	21
2.1.2.6 Tujuan Komunikasi	23
2.1.3 Tinjauan Tentang <i>Public Relation</i>	25
2.1.3.1 Fungsi <i>Public Relations</i>	26
2.1.3.2 Tujuan <i>Public Relations</i>	28
2.1.3.3 Pengertian Strategi <i>Public Relation</i>	29
2.1.4 Tinjauan Tentang <i>Corporate Communication</i>	30
2.1.4.1 Fungsi dan Peran <i>Corporate Communication</i>	32
2.1.5 Tinjauan Tentang Citra Perusahaan	32
2.1.5.1 Pengertian Citra.....	32
2.1.5.2 Jenis-Jenis Citra.....	33
2.1.5.3 Proses Pembentukan Citra.....	34
2.2 Kerangka Pemikiran.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Desain Penelitian.....	41
3.2 Informan Penelitian.....	42

3.2.1 Informan Kunci	42
3.2.2 Informan Pendukung.....	44
3.3 Teknik Pengumpulan Data	45
3.3.1 Studi Pustaka.....	45
3.3.1.1 Studi Literatur	45
3.3.1.2 <i>Internet Searching</i> atau Pencarian Online.....	46
3.3.2 Studi Lapangan.....	47
3.3.2.1 Observasi Non Partisipan	47
3.3.2.2 Wawancara Mendalam	48
3.4 Uji Keabsahan Data.....	48
3.5 Teknik Analisa Data.....	51
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	53
3.6.1 Lokasi Penelitian.....	53
3.6.2 Waktu Penelitian	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Hasil Penelitian	55
4.1.1 Deskripsi Analisis Objek Penelitian.....	58
4.1.1.1 Sejarah Telkom Corporate University Center	58
4.1.1.2 Logo Telkom Virtual Advanced Learning Studio (VirALS)	60
4.1.1.3 Struktur Organisasi Telkom Corporate University.....	62
4.1.1.4 Visi dan Misi Telkom Corporate Univesity	63
4.1.2 Dekripsi Informan Penelitian	63

4.1.2.1 Deskripsi Informan Kunci	64
4.1.2.2 Deskripsi Informan Pendukung.....	67
4.1.3 Analisis Hasil Penelitian	69
4.1.3.1 Kebijakan Corporate Communication Telkom Corporate University Center melalui Program <i>Virtual Advanced Learning Studio</i> (VirALS) dalam meningkatkan citra perusahaan.....	70
4.1.3.2 Modernisasi Corporate Communication Telkom Corporate University melalui Program <i>Virtual Advanced Learning Studio</i> (VirALS) dalam meningkatkan citra perusahaan. 76	76
4.1.3.3 Alih Teknologi Corporate Communication Telkom Corporate University melalui Program <i>Virtual Advanced Learning Studio</i> (VirALS) dalam meningkatkan citra perusahaan.....	82
4.2 Pembahasan.....	87
4.2.1 Kebijakan Corporate Communication Telkom Corporate University melalui Program <i>Virtual Advanced Learning Studio</i> (VirALS) dalam meningkatkan citra perusahaan.....	87
4.2.2 Modernisasi Corporate Communication pada Telkom Corporate University melalui Program <i>Virtual Advanced Learning Studio</i> (VirALS) dalam meningkatkan citra perusahaan.....	91

4.2.3 Alih Teknologi Corporate Communication Telkom Corporate University melalui Program Telkom <i>Virtual Advanced Learning Studio</i> (VirALS) dalam meningkatkan citra perusahaan	99
4.2.4 Strategi Corporate Communication Telkom Corporate University Center Melalui Program Telkom <i>Virtual Advanced Learning Studio</i> (VirALS) Dalam Memperthankan Citra Perusahaan.....	104
BAB V KESIMPULAN & SARAN	108
5.1 Kesimpulan	108
5.2 Saran.....	110
5.2.1 Saran Bagi Telkom Corporate University Center	110
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	110
DAFTAR PUSTAKA.....	112
LAMPIRAN.....	115
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	181