

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 PEENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.2.1 Rumusan Masalah Makro.....	9
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro	9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	10
1.3.1 Maksud Penelitian.....	10
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kegunaan Penelitian	11
1.4.1 Kegunaan Teoritis	11
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	12

BAB II TINJAUAN PUSATAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1	Tinjauan Pustaka	13
2.1.1	Tinjauan Penelitian Terdahulu	13
2.1.2	Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi	16
2.1.2.1	Definisi Ilmu Komunikasi	16
2.1.2.2	Unsur-Unsur Komunikasi.....	20
2.1.2.3	Proses Komunikasi	22
2.1.2.4	Tujuan Komunikasi	25
2.1.2.5	Fungsi Komunikasi.....	26
2.1.2.6	Bentuk Komunikasi	27
2.1.3	Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi.....	28
2.1.3.1	Definisi Strategi Komunikasi	28
2.1.3.2	Tujuan Strategi Komunikasi.....	31
2.1.4	Tinjauan Komunikasi Organisasi	31
2.1.4.1	Definisi Organisasi	31
2.1.4.2	Pengertian Komunikasi Organisasi	32
2.1.4.3	Fungsi Komunikasi Organisasi	33
2.1.5	Tinjauan Tentang Humas	34
2.1.5.1	Karakteristik Humas.....	36
2.1.5.2	Fungsi Humas.....	38
2.1.5.3	Tujuan Humas	39
2.1.5.4	Strategi Humas	41
2.1.6	Tinjauan Tentang Media Sosial.....	43

2.1.6.1 Pengertian Media Sosial.....	44
2.1.7 Tinjauan Tentang <i>Instagram</i>	44
2.1.8 Tinjauan Tentang Citra.....	48
2.1.8.1 Definisi Citra	48
2.1.8.2 Jenis-Jenis Citra.....	49
2.1.8.3 Proses Pembentukan Citra.....	50
2.2 Kerangka Pemikiran.....	51

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian	57
3.2 Informan Penelitian.....	59
3.2.1 Teknik Penentuan Informan	59
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.3.1 Studi Pustaka	63
3.3.2 Studi Lapangan.....	64
3.4 Uji Keabsahan Data	65
3.5 Teknik Analisa Data.....	67
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	70
3.6.1 Lokasi Penelitian	70
3.6.2 Waktu Penelitian	70

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	72
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	79

4.1.1.1	Sejarah PT Dirgantara Indonesia (Persero).....	79
4.1.1.2	Sruktur Organisasi PT Dirgantara Indonesia (Persero).....	91
4.1.1.3	Visi dan Misi PT Dirgantara Indonesia (Persero)	92
4.1.1.4	Logo dan Arti Lambang PT Dirgantara Indonesia (Persero) ..	94
4.1.1.5	Sejarah Departemen Komunikasi Perusahaan dan Promosi ...	95
4.1.2	Analisa Hasil Penelitian	97
4.1.2.1	Infoman Kunci I	100
4.1.2.2	Infoman Kunci II.....	101
4.1.2.3	Infoman Kunci III.....	102
4.1.2.4	Infoman Pendukung I.....	103
4.1.2.5	Infoman Pendukung II.....	104
4.2	Analisis dan Pembahasan Hasil Penelitian	105
4.2.1	Tujuan.....	106
4.2.2	Perencanaan Komunikasi	115
4.2.3	Manajemen Komunikasi	124
4.2.4	Pesan.....	132
4.3	Strategi Komunikasi Departemen Komunikasi Perusahaan dan Promosi PT Dirgantara Indonesia (Persero) melalui Konten <i>Instagram</i> dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Dikalangan <i>Followersnya</i>	142

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	147
5.2	Saran	149
5.2.1	Saran untuk Departemen Komunikasi Perusahaan dan Promosi	150

5.2.2	Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	150
DAFTAR PUSTAKA	151
LAMPIRAN	154
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	192

DAFTAR TABEL

Table 2.1	Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.1	Informan Kunci.....	61
Tabel 3.2	Informan Pendukung.....	62
Tabel 3.3	Jadwal Penelitian	71
Tabel 4.1	Jadwal Wawancara Penelitian	73
Tabel 4.2	Jadwal Wawancara dengan Informan Kunci	98
Tabel 4.3	Jadwal Wawancara dengan Informan Pendukung	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Gambar <i>Instagram</i> konten PT Dirgantara Indonesia (Persero).....	6
Gambar 2.1	Alur Pikir Penelitian.....	55
Gambar 3.1	Komponen Anlisis Data	69
Gambar 4.1	Sejarah Berdirinya PTDI.....	82
Gambar 4.2	Struktur Organisasi PT Dirgantara Indonesia (Persero).....	92
Gambar 4.3	Logo PT Dirgantara Indonesia (Persero)	94
Gambar 4.4	Struktur Organisasi <i>Corporate Secretary</i>	97
Gambar 4.5	Informan Kunci I.....	100
Gambar 4.6	Informan Kunci II	101
Gambar 4.7	Informan Kunci III	102
Gambar 4.8	Informan Pendukung I.....	103
Gambar 4.9	Informan Pendukung II	104
Gambar 4.10	Foto Konten <i>Instagram</i> PTDI	111
Gambar 4.11	Model Tujuan Departemen Komunikasi Perusahaan dan Promosi PT Dirgantara Indonesia melalui Konten <i>Instagram</i>	114
Gambar 4.12	Model Perencanaan Komunikasi Departemen Komunikasi Perusahaan dan Promosi PT Dirgantara Indonesia melalui Konten <i>Instagram</i>	123
Gambar 4.13	Foto konten <i>Instagram</i> PTDI	129
Gambar 4.14	Foto konten <i>Instagram</i> PTDI	130

Gambar 4.15	Model Manajemen Komunikasi Departemen Komunikasi Perusahaan dan Promosi PT Dirgantara Indonesia melalui Konten <i>Instagram</i>	131
Gambar 4.16	Tampilan <i>Instagram</i> PT Dirgantara Indonesia (Persero).....	138
Gambar 4.17	Foto-foto Konten <i>Instagram</i> PTDI.....	139
Gambar 4.18	<i>Storygram Instagram</i> PTDI.....	140
Gambar 4.19	Model pesan yang disampaikan Departemen Komunikasi Perusahaan dan Promosi PT Dirgantara Indonesia melalui Konten <i>Instagram</i>	141
Gambar 4.20	Model Strategi Komunikasi Departemen Komunikasi Perusahaan dan Promosi PT Dirgantara Indonesia (Persero) melalui Konten <i>Instagram</i> dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Dikalangan <i>Followersnya</i>	144

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran. 1	Berita Acara Bimbingan Sidang Skripsi	154
Lampiran. 2	Surat Persetujuan Menjadi Pembimbing Skripsi.....	155
Lampiran. 3	Lembar Revisi Usulan Penelitian.....	156
Lampiran. 4	Lembar Revisi Sidang Skripsi.....	157
Lampiran. 5	Surat Rekomendasi Mengikuti Sidang Sarjana.....	158
Lampiran. 6	Surat Pengajuan Pendaftaran Mengikuti Sidang Sarjana.....	159
Lampiran. 7	Surat Keterangan Persetujuan Publikasi.....	160
Lampiran. 8	Pedoman Observasi.....	161
Lampiran. 9	Pedoman Wawancara.....	162
Lampiran. 10	Transkrip Wawancara.....	164
Lampiran. 11	Dokumentasi.....	187