

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	vi
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.2.1 Rumusan Masalah Makro	5
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro.....	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	7
1.3.1 Maksud Penelitian.....	7

1.3.2	Tujuan Penelitian	7
1.4	Kegunaan Penelitian	8
1.4.1	Kegunaan Teoritis	8
1.4.2	Kegunaan Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....		10
2.1	Tinjauan Pustaka.....	10
2.1.1	Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	10
2.1.2	Tinjauan Ilmu Komunikasi	12
2.1.3	Tinjauan Komunikasi Organisasi.....	14
2.1.4	Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi	18
2.2	Kerangka Pemikiran.....	28
2.2.1	Alur Kerangka Pemikiran	29
BAB III METODE PENELITIAN		31
3.1	Desain Penelitian	31
3.2	Informan Penelitian.....	33
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.3.1	Studi Pustaka.....	37
3.3.2	Studi Lapangan	39

3.4	Uji Keabsahan Data	41
3.5	Teknik Analisis Data.....	42
3.6	Lokasi dan Waktu Penelitian	44
3.6.1	Lokasi Penelitian.....	44
3.6.2	Waktu Penelitian.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		46
4.1	Hasil Penelitian.....	46
4.1.1	Gambaran Objek Penelitian	46
4.1.2	Deskripsi Informan Penelitian	71
4.1.3	Analisa Hasil Penelitian.....	78
4.2	Pembahasan	92
4.2.1	Pembahasan Strategi Komunikasi Tahap <i>Leader Commitment</i>	93
4.2.2	Pembahasan Strategi Komunikasi Tahap <i>Audience Focus</i>	97
4.2.3	Pembahasan Strategi Komunikasi Tahap <i>Inclusion of Communication is in Planning and Operations</i> .101	
4.2.4	Pembahasan Strategi Komunikasi Tahap <i>Media Partnership</i>	104
4.2.5	Pembahasan Strategi Komunikasi Tahap <i>Situational Awareness</i>	109
BAB V PENUTUP.....		112
5.1	Kesimpulan.....	112

5.2 Saran	114
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN.....	121