DAFTAR ISI

Hal

LEMBAR PENGESAHAN i

SURAT PERNYATAAN ii

LEMBAR PERSEMBAHAN iii

ABSTRAK iv

ABSTRACT v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI x

DAFTAR TABEL xvii

DAFTAR GAMBAR xx

DAFTAR LAMPIRAN xxii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Identifikasi Masalah 8

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 PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Terhadap Penelitian Terdahulu 13

2.2 Tinjauan Komunikasi 15

2.2.1 Pengertian Komunikasi 15

2.2.2 Unsur-unsur Komunikasi 17

2.2.3 Proses Komunikasi 19

2.2.4 Fungsi Komunikasi 20

2.3 Tinjauan Komunikasi Organisasi 21

2.3.1 Pengertian Komunikasi Organisasi 21

2.3.2 Fungsi Komunikasi Organisasi 24

2.3.3 Dimensi Komunikasi Organisasi 26

2.4 Tinjauan Tentang *Public Relations* 29

2.4.1 Definisi *Public Relations* 29

2.4.2 Tujuan *Public Relations* 30

2.4.3 Fungsi dan Peranan *Public Relations* 32

2.3.3.1 Fungsi *Public Relations* 32

2.3.3.2 Peranan *Public Relations* 32

2.5 Tinjauan Tentang Manfaat 33

2.5.1 Definisi Manfaat 33

2.6 Tinjauan Tentang Media Internal *Public Relations* 33

2.6.1 Jurnal Internal 34

2.6.2 Jenis-jenis Jurnal Internal 35

2.6.3 Bentuk-Bentuk Baru *House Journal* 36

2.6.4 Keberadaan *House Journal* 37
2.7 Tinjauan Tentang Buletin..... 38
2.7.1 Pengertian Buletin 38
2.7.1 Fungsi Buletin 39
2.8 Tinjauan Tentang Kualitas 40
2.9 Tinjauan Tentang Informasi 40
2.9.1 Pandangan Tentang Informasi..... 40
2.10 Kerangka Pemikiran 42
2.10.1 Kerangka Teoritis..... 43
2.10.1 Kerangka Konseptual 49
2.11 Alur Penelitian 53
2.12 Hipotesis 53

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Tinjauan PT Bio Farma (Persero) 56
3.1.1 Sejarah PT Bio Farma (Persero) 56
3.1.2 Visi dan Misi PT Bio Farma (Persero) 59
3.1.3 Logo dan Arti Logo PT Bio Farma (Persero)..... 60
3.1.3.1 Logo PT Bio Farma (Persero) 60
3.1.3.2 Arti Logo PT Bio Farma (Persero)..... 61
3.1.4 Struktur PT Bio Farma (Persero)..... 62
3.1.5 Struktur Bagian Humas PT Bio Farma (Persero) 64
3.1.6 *Job Description* 65

3.1.6.1 Kepala Bagian *Public Relations* 65
3.1.6.2 Staf *Public Relations* 66
3.1.6.3 Staf *Public Relations Internal* 68
3.1.6.4 Staf *Public Relations Eksternal* 70
3.1.6.5 Pelaksana *News and Informations* 72
3.1.7 Sarana dan Prasarana Bagian *Public Relations* 74
3.1.7.1 sarana Bagian *Public Relations* 74
3.1.7.2 Prasarana Bagian *Public Relations* 74
3.2 Buletin Biomagz 75
3.2.1 Sekilas Tentang Buletin Biomagz 75
3.2.2 Dokumentasi 77
3.3 Metode Penelitian 82
3.3.1 Desain Penelitian 82
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data 82
3.2.2.1 Studi Pustaka 83
3.2.2.2 Studi Lapangan 83
3.3.3 Populasi dan Teknik Penarikan Sample 87
3.2.3.1 Populasi Penelitian 87
3.2.3.2 Sample Penelitian 88
3.3.4 Operasionalisasi Variabel 91
3.3.5 Teknik Analisis Data 93
3.3.5.1 Uji Validitas 93
3.3.5.2 Uji Reliabilitas 94

3.3.5.3 Uji Statistik Penelitian 95

3.4 Lokasi dan Waktu Penelitian 98

3.4.1 Lokasi Penelitian 98

3.4.2 Waktu Penelitian 98

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian dan Pembahasan 100

4.1 Desktiptif Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 101

4.1.1 Analisis Uji Validitas 102

4.1.2 Analisis Uji Reliabilitas 104

4.2 Deskriptif Identitas Responden 105

4.3 Analisis Deskriptif Hasil Penelitian Serta Analisis Korelasi dan Uji Hipotesis 109

4.3.1 Nilai Guna Buletin Biomagz PT Bio Farma (Persero) Bandung Terhadap Kualitas Perolehan Informasi Perusahaan Bagi Karyawannya 109

4.3.1.1 Hasil Penelitian dalam Uji Tabulasi 109

4.3.1.2 Hasil Penelitian dalam Analisis Korelasi Uji Statistik 115

4.3.2 Keuntungan Penggunaan Buletin Biomagz PT Bio Farma (Persero) Bandung Terhadap Kualitas Perolehan Informasi Perusahaan Bagi Karyawannya 119

4.3.2.1 Hasil Penelitian dalam Uji Tabulasi 119

4.3.2.2 Hasil Penelitian dalam Analisis Korelasi Uji Statistik 125
4.3.3 Manfaat Penggunaan Buletin Biomagz PT Bio Farma (Persero) Bandung Terhadap Kegunaan Informasi Perusahaan Bagi Karyawannya 129
4.3.3.1 Hasil Penelitian dalam Uji Tabulasi 130
4.3.3.2 Hasil Penelitian dalam Analisis Korelasi Uji Statistik 134
4.3.4 Manfaat Penggunaan Buletin Biomagz PT Bio Farma (Persero) Bandung Terhadap Nilai Informasi Perusahaan Bagi Karyawannya 138
4.3.4.1 Hasil Penelitian dalam Uji Tabulasi 138
4.3.4.2 Hasil Penelitian dalam Analisis Korelasi Uji Statistik 141
4.3.5 Manfaat Penggunaan Buletin Biomagz PT Bio Farma (Persero) Bandung Terhadap Faktualitas Informasi Perusahaan Bagi Karyawannya 145
4.3.5.1 Hasil Penelitian dalam Uji Tabulasi 145
4.3.5.2 Hasil Penelitian dalam Analisis Korelasi Uji Statistik 148
4.3.6 Manfaat Penggunaan Buletin Biomagz PT Bio Farma (Persero) Bandung Terhadap Ketepatan Informasi Perusahaan Bagi Karyawannya 152

4.3.6.1 Hasil Penelitian dalam Uji Tabulasi 153
4.3.6.2 Hasil Penelitian dalam Analisis Korelasi Uji Statistik 158
4.3.7 Manfaat Penggunaan Buletin Biomagz PT Bio Farma (Persero) Bandung Terhadap Kebenaran Informasi Perusahaan Bagi Karyawannya 162
4.3.7.1 Hasil Penelitian dalam Uji Tabulasi 163
4.3.7.2 Hasil Penelitian dalam Analisis Korelasi Uji Statistik 166
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian 173

BAB V PENUTUP
5.1 Kesimpulan 187
5.2 Saran 190
5.2.1 Saran Bagi Instansi 190
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya 191
DAFTAR PUSTAKA 192
LAMPIRAN-LAMPIRAN 195
DAFTAR RIWAYAT HIDUP 234