DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN ..... **i**

LEMBAR PERNYATAAN ..... **ii**

ABSTRAK ..... **iii**

ABSTARACT ..... **iv**

KATA PENGANTAR ..... **v**

DAFTAR ISI ..... **ix**

DAFTAR GAMBAR ..... **xiv**

DAFTAR TABEL ..... **xv**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvi**

BAB I PENDAHULUAN **1**

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 Penelitian Teoritis 11

1.4.2. Kegunaan Penelitian Praktis 11

1.4.2.1 Bagi Peneliti 11

1.4.2.2 Bagi Akademik 12

1.4.2.3 Bagi PT. Bio Farma (Persero) 12

1.4.2.4 Bagi jurnalis 12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN 13

2.1 Tinjauan Pustaka 13

2.1.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu Yang Relevan..... 13

2.1.2. Tinjauan Mengenai Komunikasi 18

2.1.3. Tinjauan Mengenai Strategi Komunikasi 19

2.1.3.1 Kebijakan Komunikasi 21

2.1.3.2 Perencanaan komunikasi 22

2.1.3.3 Hubungan antara Kebijakan, Perencanaan dan Strategi komunikasi 26

2.1.4. Tinjauan Mengenai Motivasi 27

2.1.5. Tinjauan Mengenai Jurnalis..... 29

2.1.6. Tinjauan Mengenai Artikel 30

2.1.7. Tinjauan Tentang *Public Relations* 30

2.2 Kerangka Pemikiran..... 34

BAB III MEODE PENELITIAN 39

3.1. Desain Penelitian..... 39

3.2. Informan Penelitian 41

3.3. Teknik Pengumpulan Data 42
3.1.1. Studi Lapangan 42
A. Observasi Partisipan 42
B. Wawancara 43
C. Dokumentsi 44
3.4 Uji Keabsahan Data 45
3.5 Teknik Analisa Data 48
3.6 Lokasi Dan Waktu Penelitian 51
BAB IV OBJEK PENELITIAN, HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .. 52
4.1 Objek Penelitian .. .. .55
4.1.1 PT. Bio Farma (Persero). ..... .55
4.1.2 Visi Dan Misi PT. Bio Farma (Perasero) 58
4.1.3 Logo Dan Arti Logo PT. Bio Farma (Persero) 60
4.1.3.1Logo 60
4.1.3.2Arti Logo 60
4.1.4 Sejarah Bagian *Corporate Communication* 61
4.1.5 Stuktur Organisasi PT. Bio Farma (Persero) 64
4.1.6 Struktur Bagian *Corporate Communication* 65
4.1.7 Job Description Bagian *Corporate Communication* 66
4.1.7.1Kepala Bagian *Corporate Communication* 66
4.1.7.2Staf *Corporate Communication* 67
4.1.7.3Staf *Public Internal Relations* 69

4.1.7.4Staf *Public External Relations* 71

4.1.7.5Pelaksanaan *News And Information* 73

4.2. Deskripsi Identitas Informan 75

4.3 Hasil Penelitian 79

4.3.1 Perencanaan Komunikasi *Corporate Communication* Pt. Bio Farma (Persero) Dalam Memotivasi Jurnalis Menulis Artikel Vaksin. ... 80

4.3.1.1 *School Of Vaccine For Journalist* Merupakan Program Untuk Memotivasi Jurnalis Menulis Artikel 81

4.3.1.2 Memberikan Dasar-Dasar Pengetahuan Mengenai Vaksin84

4.3.1.3 Penyebaran Informasi Yang Benar Mengenai Vaksin 85

4.3.2 Kebijakan Komunikasi *Corporate Communication* Pt. Bio Farma (Persero) Dalam Memotivasi Jurnalis Menulis Artikel Vaksin. ... 86

4.3.2.1 *School Of Vaccine For Journalist* Sebagai Program Kerja Yang Harus Terpenuhi Setiap Tahunnya 87

4.3.2.2 *School Of Vaccine For Journalist* Sebagai Bentuk Implementasi Visi Dan Misi Perusahaan 89

4.3.2.3 Kerja Tim Di Dalam *Corporate Communication* Bio Farma 90

4.3.3 Aksi Komunikasi Corporate *Communication* Pt. Bio Farma (Persero) Dalam Memotivasi Jurnalis Menulis Artikel Vaksin. ... 91

4.3.3.1 Dua Kali Pelaksanaan *School Of Vaccine For Journalist* Di Kota Yang Berbeda 92

4.3.3.2 Angket Sebagai Bentuk Komunikasi Dengan Peserta *School Of Vaccine For Journalist* 93

4.4 Hasil Pembahasan 97

Bab V Simpulan Dan Saran 109

5.1 Simpulan 109

5.2 Saran 110

5.2.1 Saran Bagi Peneliti Berikutnya 110

5.2.2 Saran Bagi PT. Bio Farma (Persero) 111

5.2.3 Saran Bagi Jurnalis 111

DAFTAR PUSTAKA 112

LAMPIRAN - LAMPIRAN 114

DAFTAR RIWAYAT HIDUP 159