DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN ii

ABSTRAK iii

ABSTRACT iv

KATA PENGANTAR v

DAFTAR ISI vii

DAFTAR TABEL x

DAFTAR GAMBAR xi

DAFTAR LAMPIRAN xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 7

1.2.1 Rumusan Makro 7

1.2.2 Rumusan Mikro 7

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 9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka 12

2.1.1 Tinjauan Terdahulu 12

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi 14

2.1.2.1 Definisi Komunikasi 14

2.1.2.2 Unsur Komunikasi 15

2.1.2.3 Tinjauan Proses Komunikasi 18

2.1.3 Tinjauan Komunikasi Organisasi 20

2.1.3.1 Definisi Komunikasi Organisasi 20

2.1.3.2 Dimensi-Dimensi Komunikasi Organisasi 22

2.1.4 Tinjauan Tentang Strategi 25

2.1.4.1 Definisi Strategi 25

2.1.4.2 Tahapan Strategi 28

2.1.5 Tinjauan *Public Relations* 29

2.1.5.1 Ciri dan Fungsi *Public Relations* 34

2.1.5.2 Proses *Public Relations* 38

2.1.5.3 Tujuan *Public Relations* 42

2.1.6 Strategi *Public Relations* 44

2.1.6.1 Definisi Strategi *Public Relations* 44

2.1.7 Tinjauan *Gathering Media* 55

2.1.7.1 Definisi *Gathering Media* 55

2.2 Kerangka Pemikiran 56

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian 60

3.2 Informan Penelitian 61

3.2.1 Informan Penelitian 63

3.2.2 Informan Pendukung 63

3.3 Teknik Pengumpulan Data 64

3.3.1 Studi Lapangan 64

3.3.2 Studi Pustaka 68

3.4 Uji Keabsahan Data 70

3.5 Teknik Analisa Data 72

3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian 74

3.6.1 Lokasi Penelitian 74

3.6.2 Waktu Penelitian 74

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 76

4.1 Hasil Penelitian 76

4.1.1 Gambaran Objek Penelitian 78

4.1.1.1 Sejarah PT. Dirgantara Indonesia 78

4.1.1.2 Visi dan Misi PT. Dirgantara Indonesia 81

4.1.1.3 Struktur Organisasi PT. Dirgantara Indonesia 82

4.1.1.4 *Job Description* PT. Dirgantara Indonesia 86

4.1.1.5 Sarana dan Prasarana PT. Dirgantara Indonesia 99

4.1.2 Informan Penelitian 103

4.1.2.1 Profil Informan Kunci 103

4.1.2.2 Profil Informan Pendukung 108

4.1.3 Analisa Hasil Penelitian..... 111

4.1.3.1 Rencana *Public Relations* PT. Dirgantara Indonesia 111

4.1.3.2 Tujuan *Public Relations* PT. Dirgantara Indonesia..... 115

4.1.3.3 Kegiatan *Public Relations* PT. Dirgantara Indonesia..... 119

4.1.3.4 Pesan *Public Relations* PT. Dirgantara Indonesia..... 122

4.2 Pembahasan 125

4.2.1 Rencana *Public Relations* PT. Dirgantara Indonesia 126

4.2.2 Tujuan *Public Relations* PT. Dirgantara Indonesia 129

4.2.3 Kegiatan *Public Relations* PT. Dirgantara Indonesia 131

4.2.4 Pesan *Public Relations* PT. Dirgantara Indonesia 133

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 134

5.1 Kesimpulan 134

5.2 Saran..... 136

5.2.1 Saran Untuk Perusahaan PT. Dirgantara Indonesia 136

5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya 136

5.2.3 Saran Untuk Universitas 149

DAFTAR PUSTAKA 141

LAMPIRAN-LAMPIRAN 142

DOKUMENTASI 192

DAFTAR RIWAYAT HIDUP 197