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 xvi

BAB I : PENDAHULUAN 1

1.1.Latar Belakang masalah 1

1.2.Rumusan Masalah 7

1.2.1. Pertanyaan Makro 7

1.2.2. Pertanyaan Mikro 7

1.3.Maksud dan Tujuan Penelitian 8

1.3.1. Maksud Penelitian 8

1.3.2. Tujuan Penelitian 8

1.4.Kegunaan Penelitian 8

1.4.1. Keginaan teoritis 8

1.4.2. Kegunaan Praktis 9

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN 10

2.1.Tinjauan Penelitian Sebelumnya 10

2.2.Tinjauan Pustaka 14

2.2.1. Tinjauan Tentang Komunikasi 14
2.2.1.1. Definisi Ilmu Komunikasi 14
2.2.1.2. Unsur-unsur Komunikasi 15
2.2.1.3 Fungsi Komunikasi..... 17
2.2.1.4. Tujuan Ilmu Komunikasi..... 18
2.2.1.5. Hambatan Ilmu Komunikasi..... 19
2.2.1.6. Prinspi Ilmu Komunikasi..... 20
2.2.2. Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi..... 21
2.2.2.1. Pengertian Komunkasi Organisasi 21
2.2.2.2. Pengertian Komunikasi Internal 21
2.2.2.3. Aliran Informasi Organisasi 22
2.2.3. Tinjauan Tentang *Public Relations*..... 24
2.2.3.1. Definisi *Public Relations*..... 24
2.2.3.2. Fungsi dan Tugas *Public Relations* 26
2.2.3.3. Ruang Lingkup *Public Relations*..... 29
2.2.3.4. Media *Public Relations* 30
2.2.4. Tinjauan Tentang Strategi *Public Relations* 32
2.2.4.1. Definisi Strategi *Public Relations* 32
2.2.4.2. Langkah-langkah *Public Relations*..... 34
2.2.5. Tinjauan Tentang Radio Siaran..... 36
2.2.5.1. Pengertian Radio Siaran 36
2.2.5.2. Karakteristik Radio Siaran..... 37
2.2.5.3. Sifat Pendengar Radio Siaran..... 39
2.2.5.6. Pengertian *Audio Land* 40
2.2.4. Tinjauan Tentang Informasi..... 40
2.2.4.1. Definisi Informasi..... 40
2.2.4.2. Peranan Informasi..... 42

2.3. Kerangka Pemikiran..... 43

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN 48

3.1. Desain Penelitian 48

3.2. Informan Penelitian 49

3.3. Teknik Pengumpulan Data 51

3.3.1. Studi Pustaka 51

3.3.1.1. *Literature* 51

3.3.1.2. *Internet Searching* 52

3.3.1.3. Skripsi Terdahulu 53

3.3.2. Studi Lapangan 53

3.3.2.1. Observasi Non Partisipan 53

3.3.2.2. Wawancara Mendalam 54

3.4. Uji Keabsahan Data 54

3.4.1. Uji Triangulasi 55

3.4.2. Diskusi Teman Sejawat 56

3.4.3. *Membercheck* 57

3.5. Teknik Analisa Data 58

3.6. Lokasi dan Waktu 60

3.6.1. Lokasi 60

3.6.2. Waktu 60

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 62

4.1.Hasil Penelitian 62

4.1.1. Gambaran PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) ... 62

4.1.1.1. Visi dan Misi PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) 65

4.1.1.2. Struktur Organisasi PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) 66

4.1.1.3. Logo PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) 67

4.1.1.4. Nilai-nilai Perusahaan 69

4.1.2. Deskripsi Informan 70

4.1.3. Analisis Hasil Peneltian 71

4.1.3.1. Perencanaan yang dilakukan *Public & Goverment Relations* PT Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) 73

4.1.3.2. Isi pesan yang disampaikan *Public & Goverment Relations* PT Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) 76

4.1.3.3. Evaluasi Perencanaan yang dilakukan *Public & Goverment Relations* PT Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) 80

4.2.Pembahasan Hasil Penelitian 84

BAB V : PENUTUP 94

5.1. Kesimpulan 94

5.2. Saran 97

5.2.1. Saran Bagi PT Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) ... 97

5.2.2. Saran Bagi Peneliti ... 98

DAFTAR PUSTAKA ... 98

LAMPIRAN – LAMPIRAN ... 100