DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN ii

LEMBAR PERSEMBAHAN iii

ABSTRAK iv

***ABSTRACT* .....v**

KATA PENGANTAR..... vi

DAFTAR ISI.....x

DAFTAR TABEL..... xv

DAFTAR GAMBAR.....xvi

DAFTAR LAMPIRAN xiii

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 8

1.2.1 Rumusan Masalah Makro 8

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro 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 11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... 14

2.1 Tinjauan Pustaka..... 14

2.1.1 Tinjauan Terhadap Penelitian Terdahulu 17

2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi 17

2.1.2.1 Definisi Komunikasi 18

2.1.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi 19

2.1.2.3 Fungsi Komunikasi 21

2.1.2.4 Tujuan Komunikasi..... 23

2.1.2.5 Bentuk-bentuk Komunikasi 24

2.1.3 Tinjauan *Public Relation* (PR..... 27

2.1.3.1 Definisi PR 27

2.1.3.2 Tujuan PR 30

2.1.3.3 Fungsi dan Peranan PR 32

2.1.3.4 Hubungan *Internal* PR 34

2.1.3.5 Hubungan *Eksternal* PR 36

2.1.4 Tinjauan Strategi Komunikasi.....40

2.1.5 Tinjauan Komunikasi Organisasi 45

2.1.4.1 Definisi Komunikasi Organisasi 45

2.2.4.2 Arus Komunikasi Organisasi 46

2.1.6 Tinjauan Perusahaan 48

2.1.5.1 Definisi Perusahaan 48

2.1.5.2 Definisi Badan Usaha Milik Negara 50

2.1.7 Tinjauan Media Baru 52

2.1.8 Tinjauan *Cyber* PR 55

2.1.9 Tinjauan Tentang *Website* 56

2.1.10 Tinjauan Tentang Citra 57

2.1.11 Tinjauan Tentang Masyarakat 59

2.2 Kerangka Pemikiran 60

BAB III METODE PENELITIAN 68

3.1 Desain Penelitian..... 68

3.2 Informan Penelitian..... 70

3.2.1 Informan Kunci 70

3.2.2 Informan Pendukung 72

3.3 Teknik Pengumpulan Data 73

3.3.1 Studi Lapangan..... 73

3.3.2 Studi Pustaka 76

3.4 Uji Keabsahan Data..... 78

3.5 Teknik Analisa Data 80

3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian..... 84

3.6.1 Lokasi Penelitian..... 84

3.6.2 Waktu Penelitian 84

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 86

4.1 Hasil Penelitian..... 86

4.1.1 Gambaran Objek Penelitian..... 88

4.1.1.1 Visi dan Misi Perusahaan..... 92

4.1.1.2 Logo dan Arti Logo..... 93
4.1.1.3 Sejarah Departemen Komunikasi Korporat 95
4.1.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan PT PINDAD (PERSERO) **.....** 98
4.1.1.5 Struktur Organisasi Departemen Komunikasi Korporat 99
4.1.1.6 *Job Description* Kepala Subdepartemen Hubungan Media PT. Pindad (Persero) Bandung 100
4.1.2 Deskripsi Identitas Informan 103
4.2 Analisa Hasil Penelitian..... 112
4.2.1 Penetapan Khalayak Departemen Komunikasi Korporat..... 113
4.2.2 Tujuan Departemen Komunikasi Korporat 116
4.2.3 Penyampaian Pesan Departemen Komunikasi Korporat..... 119
4.2.4 Rencana Komunikasi Departemen Komunikasi Korporat 123
4.2.5 Evaluasi Bidang Departemen Komunikasi Korporat 124
4.3 Pembahasan Penelitian 126
4.3.1 Target Khalayak Departemen Komunikasi Korporat..... 128
4.3.2 Tujuan Departemen Komunikasi Korporat 130
4.3.3 Penyampaian Pesan Departemen Komunikasi Korporat..... 133
4.3.4 Rencana Komunikasi Bidang Pelayanan Penyiaran Media..... 135
4.3.5 Evaluasi Departemen Komunikasi Korporat..... 137
4.3.6 Strategi Departemen Komunikasi Korporat 140

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 143

5.1 Kesimpulan 143

5.2 Saran 146

5.2.1 Saran Bagi Departemen Komunikasi Korporat 146

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya 147

DAFTAR PUSTAKA 148

LAMPIRAN – LAMPIRAN 151

DAFTAR RIWAYAT HIDUP 183