DAFTAR ISI

halaman

LEMBAR PERSEMBAHAN ..... **i**

LEMBAR PENGESAHAN ..... **ii**

LEMBAR PERNYATAAN ..... **iii**

ABSTRAK ..... **iv**

ABSTRACT ..... **v**

KATA PENGANTAR ..... **vi**

DAFTAR ISI ..... **x**

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

DAFTAR GAMBAR ..... **xvi**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xviii**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah 11

1.2.1 Pertanyaan Makro 11

1.2.2 Pertanyaan Mikro 11

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 12

1.3.1 Maksud Penelitian 13

1.3.2 Tujuan Penelitian 13

1.4 Kegunaan Penelitian 11

1.4.1 Kegunaan Teoritis 14

1.4.2 Kegunaan Praktis 14

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....17

2.1 Tinjauan Pustaka 17

2.1.1 Tinjauan Terhadap Penelitian Terdahulu 17

2.1.2 Tinjauan Ilmu Komunikasi 19

2.1.2.1 Definisi Ilmu Komunikasi 18

2.1.2.2 Proses Komunikasi 21

2.1.2.3 Unsur-unsur Komunikasi.....22

2.1.2.4 Fungsi Komunikasi.....24

2.1.2.5 Konteks Komunikasi 26

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi.....28

2.1.3.1 Definisi Komunikasi Organisasi.....28

2.1.3.2 Dimensi Komunikasi dalam Kehidupan Organisasi.....31

2.1.3.2.1 Komunikasi Internal 31

2.1.3.2.2 Komunikasi Eksternal.....33

2.1.3.3 Fungsi KomunikasiOrganisasi.....35

2.1.4 Tinjauan Tentang *Public Relations* (Humas).....37

2.1.4.1 Definisi *Public Relations* (Humas) 37

2.1.4.2 Tujuan *Public Relations* (Humas) 39

2.1.4.3 Fungsi dan Peran *Public Relations* (Humas).....41

2.1.4.4 Hubungan Internal *Public Relations* (Humas).....43

2.1.4.5 Hubungan Eksternal *Public Relations* (Humas).....45

2.1.5 Tinjauan Strategi Komunikasi 48

2.1.6 Tinjauan Perusahaan 51

2.1.6.1 Definisi Perusahaan 51

2.1.6.1 Jenis-jenis Badan Usaha 52

2.1.7 Tinjauan Tentang *Plan Tour* 57

2.1.7.1 Definisi tentang *Plan Tour* 57

2.1.8 Tinjauan Tentang Produk Unggulan 60

2.3 Kerangka Pemikiran 62

BAB III METODE PENELITIAN 70

3.1 Metode Penelitian 70

3.2 Desain Penelitian.....71

3.3 Informan Penelitian 72

3.3.1 Informan Kunci 73

3.3.2 Informan Pendukung.....74

3.4 Teknik Pengumpulan Data 76

3.4.1 Studi Lapangan 76

3.4.2 Studi Pustaka 79

3.4 Uji Keabsahan Data 81

3.5 Teknik Analisa Data.....83

3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian 86

3.6.1 Lokasi Penelitian.....86

3.6.2 Waktu Penelitian 86

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....88

4.1 Hasil Penelitian 88

4.1.1 Kegiatan *Plan Tour* PT. Pindad (Persero) 91

4.1.1.1 Gambaran Objek Penelitian.....93
4.1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan 96
4.1.1.3 Logo dan Arti Logo Perusahaan.....96
4.1.1.4 Sejarah Departemen Komunikasi Korporat.....98
4.1.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan PT. Pindad (Persero) 100
4.1.1.6 Struktur Organisasi Departemen Komunikasi Korporat ..100
4.1.1.7 *Job Description* Departemen Komunikasi Korporat.....101
4.1.2 Deskripsi Informan Penelitian 103
4.1.3 Hasil Penelitian 108
4.1.3.1 Komunikator Departemen Komunikasi Korporat 109
4.1.3.2 Rencana Departemen Komunikasi Korporat 120
4.1.3.3 Penyampaian Pesan Departemen Komunikasi Korporat .123
4.1.3.4 Tujuan Departemen Komunikasi Korporat 128
4.1.3.5 Evaluasi Departemen Komunikasi Korporat 131
4.2 Pembahasan Penelitian 133
4.2.1 Komunikator Departemen Komunikasi Korporat 134
4.2.2 Rencana Departemen Komunikasi Korporat 141
4.2.3 Penyampaian Pesan Departemen Komunikasi Korporat 145
4.2.4 Tujuan Departemen Komunikasi Korporat 152
4.2.5 Evaluasi Departemen Komunikasi Korporat 156
4.2.6 Strategi Departemen Komunikasi Korporat 160
BAB V PENUTUP.....164
5.1 Simpulan 164

5.2 Saran 167

5.2.1 Saran untuk PT. Pindad (Persero) 167

5.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya 168

DAFTAR PUSTAKA.....170

LAMPIRAN.....172

DAFTAR TABEL

halaman

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 17

Tabel 3.1 Informan Kunci 73

Tabel 3.2 Informan Pendukung.....75

Tabel 3.3 Jadwal Penelitian.....87

Tabel 4.1 Waktu dan Tempat Wawancara 90

DAFTAR GAMBAR

halaman

Gambar 2.1 Unsur-unsur dalam proses komunikasi 24

Gambar 2.2 Alur Pemikiran 72

Gambar 3.1 Komponen-komponen Analisa Data Model Kualitatif 84

Gambar 4.1 Kegiatan *Plan Tour* 91

Gambar 4.2 Kegiatan *Plan Tour* saat di divisi kendaraan khusus 92

Gambar 4.3 Logo PT. Pindad (Persero) 96

Gambar 4.4 Struktur Organisasi PT. Pindad (Persero) 100

Gambar 4.5 Struktur Organisasi Departemen Komunikasi Korporat 101

Gambar 4.6 Informan Penelitian Drs.Wahidin 103

Gambar 4.7 Informan Penelitian Bambang Hermana 104

Gambar 4.8 Informan Penelitian Nurholik.....105

Gambar 4.9 Informan Penelitian Nurhidayat 106

Gambar 4.10 Informan Penelitian Sarifudin 107

Gambar 4.11 Informan Penelitian Yunus.....108

Gambar 4.12 Model Komunikator *Plan Tour* PT. Pindad 140

Gambar 4.13 Model Rencana *Plan Tour* PT. Pindad.....144

Gambar 4.14 Model Penyampaian Pesan *Plan Tour* PT. Pindad 151

Gambar 4.15 Model Tujuan *Plan Tour* PT. Pindad 155

Gambar 4.16 Model Evaluasi *Plan Tour* PT. Pindad.....159

Gambar 4.17 Model Strategi Komunikasi *Plan Tour* PT. Pindad 163

DAFTAR LAMPIRAN

halaman

Lampiran 1 : Surat Izin Penelitian 172

Lampiran 2 : Surat Keterangan Penelitian dari Perusahaan 173

Lampiran 3 : Surat Persetujuan Pembimbing Skripsi.....174

Lampiran 4 : Berita Acara Bimbingan SUP 175

Lampiran 5 : Surat Rekomendasi Pembimbing Mengikuti SUP 176

Lampiran 6 : Pengajuan Pendaftaran SUP.....177

Lampiran 7 : Lembar Revisi Usulan Penelitian.....178

Lampiran 8 : Berita Acara Bimbingan Sidang Skripsi 179

Lampiran 9 : Surat Rekomendasi Sidang Skripsi.....180

Lampiran 10 : Pengajuan Pendaftaran Ujian Sidang Skripsi.....181

Lampiran 11 : Lembar Revisi Sidang Skripsi.....182

Lampiran 12 : Surat Keterangan Persetujuan Publikasi 183

Lampiran 13 : Tabel Pedoman dan Hasil Observasi 184

Lampiran 14 : Pedoman dan Hasil Wawancara Informan Kunci 187

Lampiran 15 : Pedoman dan Hasil Wawancara Informan Pendukung.....194

Lampiran 16 : Dokumentasi 202

Lampiran 17 : Daftar Riwayat Hidup 211