DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN ii

ABSTRAK iii

***ABSTRACT* ..... iv**

KATA PENGANTAR.....v

DAFTAR ISI..... ix

DAFTAR TABEL..... xiii

DAFTAR GAMBAR..... xiv

DAFTAR LAMPIRAN xvii

BAB I PENDAHULUAN.....1

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah 10

1.2.1 Rumusan Masalah Makro 10

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro.....10

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 11

1.3.1 Maksud Penelitian.....11

1.3.2 Tujuan Penelitian 12

1.4 Kegunaan Penelitian 13

1.4.1 Kegunaan Teoritis.....13

1.4.2 Kegunaan Praktis.....13

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN 15

2.1 Tinjauan Pustaka 15

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu 16

2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi 18

2.1.2.1. Pengertian Komunikasi 18

2.1.2.2 Unsur-unsur Komunikasi 20

2.1.2.3 Proses Komunikasi.....22

2.1.2.4 Fungsi Komunikasi 24

2.1.2.5 Bentuk-bentuk Komunikasi 25

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi 26

2.1.3.1 Definisi Organisasi 26

2.1.3.2 Pengertian Komunikasi Organisasi 26

2.1.3.3 Fungsi Komunikasi Organisasi 27

2.1.4 Tinjauan Tentang *Corporate communication* 28

2.1.4.1 Pengertian Corporate communication.....28

2.1.4.2 Tujuan Humas.....31

2.1.4.3 Fungsi Humas 33

2.1.4.4 Kegiatan Corporate communication 34

2.1.4.5 Strategi Humas.....38

2.1.5 Tinjauan Tentang Strategi 40

2.1.5.1 Tujuan Strategi Komunikasi 41

2.1.5.2 Hubungan Antar Komponen dalam Strategi Komunikasi 42

2.1.5.3 Fungsi Strategi 43

2.1.6 Tinjauan Tentang Informasi 44

2.1.6.1 Pengertian Informasi.....44

2.1.7 Tinjauan Tentang Media Sosial 45

2.1.7.1 Pengertian Media Sosial 45

2.1.7.2 Instagram 47

2.2 Kerangka Pemikiran 49

BAB III METODE PENELITIAN 56

3.1 Desain Penelitian 56

3.2 Informan Penelitian.....57

3.3 Teknik Pengumpulan Data 61

3.3.1 Studi Pustaka 61

3.3.2 Studi Lapangan 63

3.4 Uji Keabsahan Data 66

3.5 Teknik Analisis Data 69

3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian 72

3.6.1 Lokasi Penelitian 72

3.6.2 Waktu Penelitian 72

BAB III METODE PENELITIAN 74

4.1 Hasil Penelitian 74

4.1.1 Gambaran Objek Penelitian 75

4.1.1.1 Sejarah PT Bio Farma Bandung 75

4.1.1.2 Visi dan Misi PT Bio Farma Bandung 79

4.1.1.3 Produk PT Bio Farma Bandung 80
4.1.1.4 Sejarah Bagian *Corporate communication* 81
4.1.1.5 Deskripsi Jabatan *Corporate communication* 82
4.1.1.6 Struktur Organisasi PT Bio Farma Bandung 90
4.1.1.6.1 Struktur Organisasi PT Bio Farma Bandung 90
4.1.1.6.2 Struktur Bagian *Corporate communication* Farma Bandung.....91
4.1.2 Deskripsi Informan Penelitian 93
4.1.2.1 Infoman Kunci 93
4.1.2.2 Informan Pendukung 96
4.1.3 Analisa Hasil Penelitian 99
4.1.3.1 Tujuan Komunikasi.....102
4.1.3.2 Manajemen Komunikasi 118
4.1.3.3 Pesan 129
4.1.3.4 Media 139
4.1.3.5 Strategi 147
4.2 Pemabahasan Penelitian 148

BAB V PENUTUP.....171
5.1 Kesimpulan 171
5.2 Saran 173
5.2.1 Saran Untuk PT Bio Farma Bandung 173
5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya 174

DAFTAR PUSTAKA.....176

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 15

Tabel 3.1 Informan Kunci 60

Tabel 3.2 Informan Pendukung 61

Tabel 3.3 Waktu Penelitian 73

Tabel 4.1 Tugas Utama Kepala *Corporate Communication* 83

Tabel 4. 2 Tugas Utama Staff Bagian *Corporate Communication* 84

Tabel 4.3 Tugas Utama Staff Bagian *Corporate Communication* Seksi Internal 86

Tabel 4. 4 Tugas Utama Staff Bagian *Corporate Communication* Seksi Eksternal Bio Farma 88

Tabel 4. 5 Tugas Utama Staff Bagian Perpustakaan 89

Tabel 4. 6 Tabel Wawancara Informan Kunci 101

Tabel 4. 7 Tabel Wawancara Informan Pendukung 102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Vaksin Polio PT Bio Farma Bandung.....5

Gambar 2.1. Alur Pikir Peneliti 55

Gambar 3.1 Komponen-Komponen Analisa Data Model Komunikasi.....70

Gambar 4.1 Logo PT. Bio Farma (Persero).....78

Gambar 4.2 Salah Satu Produk Bio Farma Serum Golongan Darah.....81

Gambar 4.3 Struktur Organisasi Perusahaan PT Bio Farma Bandung.....91

Gambar 4.4 Gambar Struktur Bagian *Corporate Communication* Di PT. Bio Farma (Persero).....92

Gambar 4.5 Bapak Edwin 93

Gambar 4.6 Bapak Hafiz Mizwar 95

Gambar 4.7 Bapak Regi Septhian.....96

Gambar 4.8 Fitriana Rahmani.....97

Gambar 4.9 Tsabbit Aidil.....98

Gambar 4.10 Tujuan Komunikasi *Corporate Communication* PT Bio Farma Bandung Dalam Dalam Memberikan Informasi Kesehatan Kepada Masyarakat Melalui Media Sosial Instagram 156

Gambar 4.11 Manajemen Komunikasi *Corporate Communication* PT Bio Farma Bandung Dalam Dalam Memberikan Informasi Kesehatan Kepada Masyarakat Melalui Media Sosial Instagram ..159

Gambar 4.12 Pesan Komunikasi *Corporate communication* PT Bio Farma Bandung dalam dalam memberikan informasi kesehatan kepada masyarakat melalui media sosial Instagram 163
Gambar 4.13 Media Komunikasi *Corporate communication* PT Bio Farma Bandung dalam dalam memberikan informasi kesehatan kepada masyarakat melalui media sosial Instagram 166
Gambar. 4.14 Strategi Komunikasi *Corporate communication* PT Bio Farma melalui media sosial Instagram Bandung dalam memberikan informasi kesehatan kepada masyarakat.....170

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Research

Lampiran 2. Rekomendasi Pembimbung Seminar Usulan Penelitian

Lampiran 3. Surat Pengajuan Pendaftaran SUP

Lampiran 4. Berita Acara bimbinga

Lampiran 5. Lembar Revisi SUP

Lampiran 6. Rekomendasi Sidang Sarjana

Lampiran 7 Persetujuan Menjadi Pembimbing Skripsi

Lampiran 8 Lembar Revisi Skripsi

Lampiran 9 Pedoman Observasi

Lampiran 10 Pedoman Wawancara

Lampiran 11 Hasil Observasi

Lampiran 12 Hasil Wawancara/Transkrip Wawancara

Lampiran 13 Dokumentasi