

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
RIWAYAT HIDUP	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis	8
1.4.2 Kegunaan Praktis	9
1.5 Landasan Pemikiran	9
1.5.1 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	9
1.5.2 Landasan Teoritis	16
1.5.2.1 Manajemen Komunikasi	16
1.5.2.2 <i>Corporate Social Responsibility</i>	17
1.6 Langkah Penelitian	18
1.6.1 Lokasi Penelitian	18
1.6.2 Metode Penelitian.....	18
1.6.3 Pendekatan Penelitian.....	19
1.6.4 Sumber Data	20
1.6.5 Teknik Pengumpulan Data	20

1.6.6 Teknik Analisis Data	22
1.6.7 Jadwal Penelitian	24
BAB II KAJIAN PUSTAKA	25
2.1 Manajemen	25
2.1.1 Pengertian Manajemen	25
2.2.2 Fungsi Pokok Manajemen	26
2.2.3 Karakteristik Manajemen	28
2.2 Komunikasi.....	29
2.2.1 Pengertian Komunikasi	29
2.2.2 Proses Komunikasi	30
2.2.3 Dampak Komunikasi	31
2.2.4 Gangguan Komunikasi	32
2.3 Manajemen Komunikasi.....	33
2.3.1 Pengertian Manajemen Komunikasi.....	33
2.3.2 Arti dan Peran Manajemen pada Komunikasi.....	35
2.3.3 Manajemen Komunikasi untuk Bidang Penyuluhan	38
2.4 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	45
2.4.1 Pengertian <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	45
2.4.2 Manfaat <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	49
2.4.3 Konsep <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	50
2.4.4 Model <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	52
2.4.5 Dimensi <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	53
2.5 Hubungan Eksternal	54
2.6 Hubungan Internal	57
2.7 Citra	59
2.7.1 Pengertian Citra	59
2.7.2 Jenis Citra	61
2.7.3 Penelitian Citra	63
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	65
3.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	65
3.1.1 Sejarah PT Bio Farma (Persero).....	65

3.1.2 Visi, Misi dan Logo PT Bio Farma (Persero).....	68
3.1.2.1 Visi PT Bio Farma (Persero).....	68
3.1.2.2 Misi PT Bio Farma (Persero)	68
3.1.2.3 Logo PT Bio Farma (Persero).....	68
3.1.3 Struktur Organisasi	69
3.1.4 Bidang Usaha PT Bio Farma (Persero)	70
3.1.5 Penghargaan PT Bio Farma (Persero)	71
3.2 Profil Informan	74
3.3 Hasil Temuan Penelitian.....	75
3.3.1 Komunikasi Perencanaan Program <i>CSR</i> PT Bio Farma.....	75
3.3.2 Komunikasi Pengorganisasian Program <i>CSR</i> PT Bio Farma	80
3.3.3 Komunikasi Pelaksanaan Program <i>CSR</i> PT Bio Farma	84
3.3.4 Komunikasi Evaluasi Program <i>CSR</i> PT Bio Farma	103
3.4 Analisis dan Pembahasan Penelitian	110
3.4.1 Pembahasan Komunikasi Perencanaan Program <i>CSR</i> PT Bio Farma	110
3.4.2 Pembahasan Komunikasi Pengorganisasian Program <i>CSR</i> PT Bio Farma.....	113
3.4.3 Pembahasan Komunikasi Pelaksanaan Program <i>CSR</i> PT Bio Farma	116
3.4.4 Pembahasan Komunikasi Evaluasi Program <i>CSR</i> PT Bio Farma	127
BAB IV PENUTUP	131
4.1 Simpulan.....	131
4.2 Saran	133
DAFTAR PUSTAKA	134
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 1.2 Jadwal Penelitian.....	24
Tabel 3.1 Profil Informan.....	74



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo PT Bio Farma.....	68
Gambar 3.2 Struktur Organisasi.....	69
Gambar 3.3 Tahap Awal Komunikasi Perencanaan Program <i>CSR</i> PT Bio Farma	79
Gambar 3.4 Komunikasi Pelibatan Partner Internal dan Eksternal.....	82
Gambar 3.5 Langkah Awal Komunikasi Pelaksanaan Program <i>CSR</i> PT Bio Farma	87
Gambar 3.6 Kegiatan Vaksinasi dan Pengobatan Gratis bagi Petugas Kebersihan, Linmas, Kader PKK dan ASN Kecamatan Sukajadi, Kota Bandung.....	89
Gambar 3.7 Realisasi Komunikasi di Lapangan dari Program <i>CSR</i> PT Bio Farma	91
Gambar 3.8 Komunikasi yang dilakukan agar Program <i>CSR</i> berhasil	96
Gambar 3.9 Publikasi Kegiatan Mudik Bareng BUMN bersama Bio Farma 2017 melalui Instagram biofarmaID	99
Gambar 3.10 Publikasi Program <i>CSR</i> PT Bio Farma	102
Gambar 3.11 Komunikasi Evaluasi Program <i>CSR</i> PT Bio Farma.....	107
Gambar 3.12 Hasil Penelitian	109