

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktisi	9
1.5 Tahapan Penelitian	10
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	11
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	11
1.6.2 Waktu Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.1.1 Jurnal Nasional.....	13
2.1.2 Jurnal Internasional	18
2.1.3 Jurnal Internasional	23
2.2 Tinjauan Teori.....	28
2.2.1 Komunikasi	28

2.2.2 Komunikasi Organisasi	29
2.2.2.1 Proses Komunikasi Organisasi.....	31
2.2.2.2 Fungsi Komunikasi Organisasi	32
2.2.3 Strategi Komunikasi.....	34
2.2.3.1 Model dan Tahapan Strategi Komunikasi.....	35
2.2.3.2 Penetapan Perumusan Strategi Komunikasi	36
2.2.3.3 Tujuan Strategi Komunikasi	42
2.2.4 Inovasi	42
2.2.5 Disrupsi Inovasi	43
2.3 Kerangka Pemikiran.....	45
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1 Paradigma Penelitian.....	47
3.1.1 Studi Kasus	49
3.1.2 Deskriptif	50
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	52
3.2.1 Subjek Penelitian.....	52
3.2.1 Objek Penelitian.....	55
3.3 Definisi Konsep.....	56
3.4 Unit Analisis	56
3.5 Teknik Pengumpulan Data	58
3.5.1 Data Primer	58
3.5.2 Data Sekunder	59
3.6 Teknik Keabsahan Data	60
3.7 Teknik Analisis Data.....	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1 Gambaran Umum PT. Telekomunikasi Seluler	63
4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan.....	63
4.2 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	64
4.3 Karakteristik Informan	65

4.4 Hasil Penelitian	71
4.4.1 Fungsi dan Peran Departemen	84
4.4.2 Pemahaman Mengenai Strategi Komunikasi	88
4.4.3 Penetapan Komunikator	92
4.4.4 Pemahaman Karakteristik Target Sasaran	97
4.4.5 Penyusunan Pesan	103
4.4.6 Pemilihan Media	110
4.4.7 Penerimaan <i>Feedback</i>	115
4.4.8 Evaluasi	116
4.4.9 Resume Hasil Temuan Penelitian	118
4.5 Pembahasan.....	119
4.5.1 Peran Strategis Departemen	118
4.5.2 Pemahaman Mengenai Strategi Komunikasi	120
4.5.3 Penetapan Komunikator	122
4.5.4 Karakteristik Target Sasaran	123
4.5.5 Penyusunan Pesan	125
4.5.6 Pemilihan Media	129
4.5.7 Penerimaan <i>Feedback</i>	131
4.5.8 Evaluasi	131
4.5.8.1 Evaluasi Program	132
4.5.8.2 Kendala atau Hambatan	133
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	135
5.1 Kesimpulan	135
5.2 Saran.....	139
5.2.1 Saran Praktis	139
5.2.2 Saran Akademis	140
 DAFTAR PUSTAKA	 141
LAMPIRAN.....	145