

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>5</b>
<b>1.3 Pertanyaan Penelitian</b> .....	<b>6</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>6</b>
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	6
1.4.2 Manfaat Praktis .....	6
<b>1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian</b> .....	<b>6</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
<b>2.1 Komunikasi Organisasi</b> .....	<b>8</b>
<b>2.2 Strategi <i>Public Relations</i></b> .....	<b>9</b>
<b>2.3 Konsep <i>Key Opinion Leader</i></b> .....	<b>13</b>
<b>2.4 Perbandingan dengan Penelitian Sebelumnya</b> .....	<b>15</b>
<b>2.5 Kerangka Pemikiran</b> .....	<b>19</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>20</b>
<b>3.1 Metode Penelitian</b> .....	<b>20</b>
<b>3.2 Paradigma Penelitian</b> .....	<b>22</b>
<b>3.3 Subjek &amp; Objek Penelitian</b> .....	<b>22</b>
3.3.1 Kriteria Informan .....	22
3.3.2 Subjek Penelitian .....	23
3.3.3 Objek Penelitian .....	25
<b>3.4 Metode Pengumpulan Data</b> .....	<b>25</b>
3.4.1 Wawancara Mendalam .....	25
3.4.2 Pengamatan Langsung .....	26
3.4.3 Pengamatan Dokumen .....	26
<b>3.5 Metode Analisis dan Penjagaan Keabsahan Data</b> .....	<b>26</b>
3.5.1 Metode Analisis Data .....	26
3.5.2 Teknik Keabsahan Data .....	27
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>29</b>
<b>4.1 Hasil Penelitian</b> .....	<b>29</b>

4.1.1 Strategi public relations PT Petrokimia Gresik dalam mempertahankan citra perusahaan melalui <i>employee Influencer</i> .....	29
4.1.2 Implementasi dari strategi public relations PT Petrokimia Gresik dalam mempertahankan citra perusahaan melalui <i>employee Influencer</i> .....	44
4.1.3 Evaluasi dari strategi public relations PT Petrokimia Gresik dalam mempertahankan citra perusahaan melalui <i>employee Influencer</i> .....	52
<b>4.2 Hasil Pembahasan .....</b>	<b>55</b>
4.2.1 Strategi Public Relations PT Petrokimia Gresik dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Melalui <i>Employee Influencer</i> .....	55
4.2.2 Implementasi Strategi Public Relations PT Petrokimia Gresik Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Melalui <i>Employee Influencer</i> .....	63
4.2.3 Evaluasi Dari Strategi Public Relations PT Petrokimia Gresik Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Melalui <i>Employee Influencer</i> .....	104
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>120</b>
<b>5.1 Simpulan .....</b>	<b>120</b>
<b>5.2 Saran.....</b>	<b>120</b>
5.2.1 Saran Akademis .....	120
5.2.2 Saran Praktis.....	121
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>122</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>125</b>