

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	1
HALAMAN PERSETUJUAN	2
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	3
KATA PENGANTAR.....	4
ABSTRAK	6
<i>ABSTRACT</i>	<i>7</i>
DAFTAR ISI.....	8
DAFTAR TABEL	11
DAFTAR GAMBAR.....	13
DAFTAR LAMPIRAN	14
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.5.2 Manfaat Praktis	9
1.6 Waktu Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Strategi Komunikasi CSR Sebagai Tindakan Public Relations dalam Membentuk Reputasi Perusahaan	11
2.2 Media Komunikasi Digital Sebagai Sarana Menyampaikan Komunikasi CSR Perusahaan.....	14
2.3 Keberlanjutan Perusahaan Melalui Aktivitas Komunikasi Strategis CSR.....	18
2.4 Penelitian Terdahulu.....	22
2.5 Kerangka Pemikiran	30
BAB III METODE PENELITIAN	33

3.1 Paradigma	33
3.2 Metode Penelitian	33
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	34
3.3.1 Subjek Penelitian	34
3.3.2 Objek Penelitian.....	34
3.4 Lokasi Penelitian	34
3.5 Informan Penelitian	34
3.6 Unit Analisis.....	35
3.7 Pengumpulan Data Penelitian.....	55
3.7.1 Wawancara.....	55
3.7.2 Observasi	55
3.8 Teknik Analisis Data	56
3.8.1 Reduksi Data.....	56
3.8.2 Data Display	56
3.8.3 Conclusion Drawing	56
3.9 Teknik Keabsahan Data.....	57
3.9.1 Triangulasi Sumber.....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1 Gambaran Umum Penelitian	58
4.2 Informan Penelitian	59
4.3 Hasil Penelitian.....	60
4.3.1 Analisis Implementasi Strategi Komunikasi CSR Melalui Media Digital dalam Menciptakan Keberlanjutan Perusahaan Pada PT Pos Indonesia dan PT Askrindo.....	61
4.3.2 Media Digital Sebagai Sarana Komunikasi CSR PT Pos Indonesia dan PT Askrindo.....	97
4.3.3 Keberlanjutan Perusahaan Pada PT Pos Indonesia dan PT Askrindo	155
4.4 Pembahasan	201
4.4.1 Implementasi Strategi Komunikasi CSR Melalui Media Komunikasi Digital dalam Menciptakan Keberlanjutan Perusahaan.....	202
4.4.2 Implementasi Penerapan <i>Stakeholder Information Strategy</i> dalam Menciptakan Keberlanjutan Perusahaan.....	211
4.4.3 Implementasi Transparansi Komunikasi CSR PT Pos Indonesia dan PT Askrindo Melalui Media Digital.....	212

4.4.4 Implementasi Strategi PT Pos Indonesia dan PT Askrindo dalam Mengimplementasikan Identitas di Media Digital Melalui Pesan-Pesan Komunikasi CSR	216
4.4.5 Optimalisasi Pemanfaat <i>Business Level Application and Communication</i> PT Pos Indonesia dan PT Askrindo dalam Menciptakan Keberlanjutan.....	217
4.4.6 Model Implementasi Strategi Komunikasi CSR Pada PT Pos Indonesia dan PT Askrindo	219
4.4.7 Model Implementasi Media Komunikasi Digital Pada PT Pos Indonesia dan PT Askrindo	220
4.4.8 Model Implementasi Keberlanjutan Perusahaan Pada PT Pos Indonesia dan PT Askrindo.....	223
BAB V PENUTUP	227
5.1 Kesimpulan.....	227
5.2 Saran	228
5.2.1 Saran Teoritis.....	228
5.2.2 Saran Praktisi	229
DAFTAR PUSTAKA	230
LAMPIRAN.....	233