

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	16
1.3 Identifikasi Penelitian	16
1.4 Tujuan Penelitian	17
1.5 Manfaat Penelitian	18
1.5.1 Manfaat Akademis	18
1.5.2 Manfaat Praktis	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	19
2.2 Komunikasi.....	25
2.2.1 Pengertian Komunikasi.....	25
2.2.2 Fungsi Komunikasi.....	28
2.3 Komunikasi Organisasi	29
2.3.1 Komunikasi Eksternal	34
2.3.2 Alur Komunikasi Organisasi.....	35
2.3.3 Fungsi Komunikasi Dalam Organisasi	39
2.3.4 Pola Komunikasi Organisasi.....	42
2.4 Strategi Komunikasi.....	43
2.4.1 Pengertian Strategi Komunikasi.....	43
2.4.2 Fungsi dan Kegunaan Strategi Komunikasi.....	47
2.4.3 Tujuan Sentral Strategi Komunikasi	49
2.4.4 Perumusan Strategi Komunikasi	49
2.4.5 Mengimplementasikan Strategi.....	53
2.5 Public Relations	54
2.5.1 Pengertian Public Relations	54
2.5.2 Tugas Public Relations	55
2.5.3 Fungsi Public Relations	56
2.5.4 Peran Public Relations.....	57
2.5.5 Tujuan Public Relations.....	59
2.5.6 Strategi Public Relations.....	61
2.6 Sosialisasi	62
2.6.1 Pengertian Sosialisasi	62

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Paradigma Penelitian.....	65
3.2	Tipe Penelitian	67
3.3	Metode Penelitian	68
3.4	Subjek Penelitian	69
3.5	Teknik Pengumpulan Data	72
3.5.1	Data Primer	72
3.5.2	Data Sekunder	72
3.6	Teknik Analisis Data.....	73
3.7	Teknik Keabsahan Data	74
3.7.1	Triangulasi Sumber	74

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	76
4.1.1	Profile PT. Kereta Api Indonesia (Persero)	76
4.1.2	Visi dan Misi PT. Kereta Api Indonesia (Persero)	78
4.1.3	Budaya Perusahaan	79
4.1.4	Logo Perusahaan	81
4.1.5	Struktur Organisasi PT. Kereta Api Indonesia (Persero)	82
4.1.6	Divisi <i>E – Commerce (CPE)</i>	83
4.1.7	Divisi <i>Marketing Communication (CPM)</i>	84
4.1.8	Divisi <i>Public Relations</i>	85
4.1.9	Strategi PT. Kereta Api Indonesia (Persero)	87
4.2	Hasil Penelitian	87
4.2.1	Profile Informan	88
4.2.2	Beberapa Hal yang Mempengaruhi <i>Trend Pemesanan Tiket Secara Online</i>	94
4.2.3	Strategi Komunikasi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam Mensosialisasikan Aplikasi Resmi Perusahaan (<i>New KAI Access</i>)	102
4.2.4	Sosialisasi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam Mensosialisasikan Aplikasi Resmi Perusahaan (<i>New KAI Access</i>).....	109
4.3	Pembahasan	128
4.3.1	Pengumpulan Data (<i>Fact Finding</i>)	129
4.3.2	Perencanaan (<i>Planning</i>).....	132
4.3.3	Aksi dan Komunikasi (<i>Communications and Actions</i>)	135
4.3.4	Evaluasi (<i>Evaluating</i>)	137

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1.1	Simpulan	141
5.2.2	Saran	144

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN