

## DAFTAR ISI

### COVER

LEMBAR PERNYATAAN .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK .....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	10
1.3 Identifikasi Masalah .....	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	14
1.5.1 Manfaat Akademis .....	14
1.5.2 Manfaat Praktis .....	14

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.2 <i>Corporate Communication</i> .....	27
2.2.1. Pengertian <i>Corporate Communication</i> .....	27
2.2.2. Fungsi & Tugas <i>Corporate Communications</i> .....	31

2.2.3. Peran <i>Corporate Communication</i> .....	35
2.3 Reputasi .....	37
2.3.1. Pengertian Reputasi.....	37
2.3.2. Proses pembentukan Reputasi.....	42
2.3.3. Unsur – unsur pembentukan Reputasi .....	43
2.3.4. Pentingnya Reputasi.....	46
2.4 Manajemen Reputasi .....	49
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	55
3.2 Tipe Penelitian.....	58
3.3 Metode Penelitian.....	62
3.4 Subyek Penelitian .....	64
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	65
3.5.1 Data Primer .....	65
3.5.2 Data Sekunder.....	66
3.6 Teknik Analisa Data.....	67
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	68
3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	69
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	70
4.1.1. Sejarah Singkat PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk.....	70
4.1.2. Logo Perusahaan.....	73
4.1.3. Visi, Misi, Nilai & Tujuan Perusahaan.....	74
4.1.4. Anak Perusahaan & Strategic Business Unit (BSU) .....	76
4.1.5. Struktur Organisasi Perusahaan.....	84
4.1.6. Program <i>Quantum Leap</i> .....	87
4.1.7. Program Garuda Experience.....	91
4.2. Hasil Penelitian.....	97
4.2.1. Peran <i>Corporate Communication</i> Garuda Indonesia.....	98

4.2.2.	Fungsi <i>Corporate Communication</i> Garuda Indonesia.....	108
4.2.3.	Upaya <i>Corporate Communication</i> Garuda Indonesia .....	111
4.2.4.	Indikator Keberhasilan Garuda Indonesia dalam memelihara reputasi perusahaan .....	114
4.3.	Pembahasan .....	123
4.3.1.	Peran dan Fungsi <i>Corporate Communication</i> PT. Garuda Indonesia terhadap proses pemeliharaan reputasi perusahaan	124
4.3.2.	Upaya <i>Corporate Communication</i> PT. Garuda Indonesia terhadap proses pemeliharaan reputasi perusahaan .....	127

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1.	Kesimpulan .....	130
5.2.	Saran .....	132
5.2.1.	Saran Akademis .....	132
5.2.2.	Saran Praktis .....	133

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**CURICULUM VITAE**

