

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	iv
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	v
PERNYATAAN	vi
KATA PENGHANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	14
1.3 Identifikasi Masalah.....	14
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	
1.4.1 Maksud Penelitian.....	14
1.4.2 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Manfaat dan Kegunaan Penelitian	
1.5.1 Manfaat Penelitian.....	15
1.5.2 Kegunaan Penelitian	
a) Teoritis.....	15
b) Praktis.....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
2.2 Kajian Teori.....	31
2.2.1 Strategi.....	31
2.2.2 <i>Corporate Communication</i>	34
2.2.3 Komunikasi Organisasi.....	36
2.2.4 <i>Investor Relations</i>	39
2.2.5 Keterbukaan Informasi.....	43

2.2.6 Teori kesempurnaan media (<i>Media Richness Theory</i>).....	44
2.3 Kerangka Pemikiran.....	50

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	51
3.2 Paradigma Penelitian.....	51
3.3 Metode Penelitian.....	52
3.4 Informan.....	53
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	55
3.5.1 Jenis Data	
a) Data Primer.....	55
b) Data Skunder.....	55
3.5.2 Sumber Data.....	55
3.6 Teknik Pengumpulan Data	
1. Wawancara Mendalam.....	56
2. Dokumentasi.....	56
3.7 Teknik Analisis Data	
1. Reduksi Data.....	57
2. Penyajian Data.....	57
3.8 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	57

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	59
4.1.2 Visi dan Misi	
4.1.2.1 Visi.....	64
4.1.2.2 Misi.....	64
4.1.3 Bidang Usaha.....	64
4.1.4 Komposisi Pemegang Saham.....	67
4.1.5 Struktur Organisasi.....	69
4.1.6 <i>Corporate Website</i> PT Lippo Cikarang Tbk.....	70
4.1.7 Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Mengenai Situs <i>Web</i> Perusahaan.....	72
4.2. Hasil Penelitian.....	76
4.2.1 Strategi <i>Investor Relations</i> Mempertahankan <i>Investor</i> Jangka Pendek untuk Mempertahankan Reputasi.....	76
4.2.2.1 Mendefeniskan & Perencanaan Kinerja <i>Investor Relations</i>	77
4.2.2.2 Membuat dan Penyusunan Pesan melalui <i>Corporate Website</i>	84
4.2.2.3 Evaluasi Hasil dari Program yang dilakukan <i>Investor Relations</i>	109
4.2.2 Peran <i>Corporate Website</i> Terhadap Reputasi Perusahaan.....	113

4.2.3 Kesempurnaan <i>Corporate Website</i> sebagai Media Komunikasi.....	129
4.3 Pembahasan.....	143
4.3.1 Strategi <i>Investor Relations</i> Mempertahankan Reputasi.....	143
4.3.2 Model <i>Investor Relations</i> dalam Menggunakan <i>Corporate Website</i> untuk Mempertahankan Reputasi.....	150
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	155
5.2 Saran.....	158
DAFTAR PUSTAKA.....	160
LAMPIRAN	