

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	
LEMBAR PERNYATAAN	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Fokus Penelitian	12
1.3.Tujuan Penelitian	12
1.4.Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1.Penelitian Terdahulu	14
2.2.Corporate Communications	23
2.3.Komunikasi	25
2.4.Bentuk-bentuk Komunikasi	28
2.5.Komunikasi Organisasi	29
2.6.Dimensi Komunikasi Organisasi	31
2.7.Citra	32
2.8.Media Sosial	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1.Paradigma Penelitian	38
3.2.Metode Penelitian	39
3.3.Subyek Penelitian	40
3.4.Teknik Pengumpulan Data	41
3.5.Teknik Analisis Data	42
3.6.Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1.Gambaran Umum Objek Penelitian	45

4.1.1.	Visi dan Misi Perusahaan	45
4.1.2.	Nilai-nilai Perusahaan	46
4.1.3.	Produk dan Layanan	47
4.1.4.	Struktur Organisasi Perusahaan	49
4.1.5.	Struktur Organisasi dan Penjabaran Tugas <i>Corporate Communications</i>	49
4.1.6.	Komunikasi PT Holcim Indonesia Tbk Melalui Media Sosial	55
4.1.7.	Program Versi Media Sosial	57
4.2.	Hasil Penelitian	58
4.2.1.	Citra yang Ingin Dicapai PT Holcim Indonesia Tbk	67
4.2.2.	Implementasi Program Komunikasi oleh <i>Corporate Communications</i> Dalam Membangun Citra Perusahaan PT Holcim Indonesia Tbk	73
4.2.3.	Keterlibatan <i>Corporate Communications</i> Dalam Komunikasi di Media Sosial	76
4.2.4.	Pendapat Publik Terhadap Citra Perusahaan Holcim di Media Sosial	84
4.3.	Pembahasan	90
4.3.1.	Implementasi Program Komunikasi Versi Media Sosial oleh <i>Corporate Communications</i> Dalam Membangun Citra Perusahaan PT Holcim Indonesia Tbk Melalui Media Sosial	96
4.3.2.	Kendala-kendala yang Ditemui Pada Implementasi Program Versi Media Sosial	98
4.3.3.	Pendapat Karyawan yang Terlibat Maupun yang Tidak Terlibat Dalam Upaya Membangun Citra Perusahaan Melalui Program Versi Media Sosial	100
4.3.4.	Pendapat Publik Eksternal Terhadap Citra Perusahaan Pada Unggahan di Akun Media Sosial Karyawan	102
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		105
5.1.	Kesimpulan	105
5.2.	Saran	106
5.2.1.	Saran Akademis	106
5.2.2.	Saran Praktis	106

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN