

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 |
| | |
| BAB III | METODOLOGI PENELITIAN |
| 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 |
| | |
| BAB IV | HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN |
| 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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA