

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	v
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang	1
I.2. Fokus Penelitian	5
I.3. Tujuan Penelitian	5
I.4. Manfaat Penelitian	6
I.5. Sistematika Penulisan	6
BAB II KERANGKA TEORI	8
II.1. Kampanye	8
II.2. Strategi Komunikasi.....	12
II.3. Visi dan Misi	22
II.4. Definisi Konsep.....	23
II.5. Kerangka Pemikiran	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
III.1. Disain Penelitian	26
III.2. Informan dan Key Informan.....	28
III.3. Bahan Penelitian dan Unit Analisis.....	29
III.4. Instrumen Penelitian	30
III.5. Reliabilitas Dan Validitas.....	31
III.6. Analisis dan Interpretasi Data.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
IV.1. Gambaran Umum Subyek Penelitian	34
IV.2. Proses dan Strategi Kampanye Penerapan Visi Dan Misi PT Tirta Varia Intipratama.....	42
IV.3. Kajian Strategi Komunikasi dalam Kampanye Penerapan Visi dan misi perusahaan pada PT Tirta Varia Intipratama.....	65
BAB V PENUTUP.....	72
V.1. Kesimpulan	73
V.2. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Gambaran Umum Strategi Komunikasi kampanye penerapan visi dan Misi Perusahaan	65
Tabel 4.2 Perhitungan Hubungan Antar Konsep	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Komunikasi Lasswell	14
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Strategi Komunikasi dalam Kampanye Penerapan Visi dan Misi Perusahaan.....	25
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Pusat PT Tirta Varia Intipratama.....	40
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Depo PT Tirta Varia Intipratama	41
Gambar 4.3 Kampanye Middle Management Power Up.....	50
Gambar 4.4 Alur Hubungan Antar Konsep	70