

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SIDANG .....	ii
HALAMAN TANDA PENGESAHAN SIDANG .....	iii
ABSTRAK .....	iv
KATA PENGANTAR .....	vi
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Sistematikan Penulisan .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Komunikasi Organisasi .....	8
2.1.1 Definisi Komunikasi Organisasi .....	8
2.1.2 Fungsi Komunikasi Dalam Organisasi .....	9
2.1.3 Arus Komunikasi Organisasi .....	11
2.2 Tinjauan Public Relations .....	13
2.2.1 Definisi Public Relations .....	13
2.2.2 Fungsi Public Relations .....	14
2.2.3 Tujuan Public Relations .....	15

2.3 Strategi Komunikasi .....	16
2.3.1 Pengertian Strategi Komunikasi .....	16
2.3.2 Ruang Lingkup Strategi Komunikasi .....	18
2.3.3 Faktor Pendukung Strategi .....	19
2.4 Persuasi Dalam Komunikasi Organisasi .....	21
2.4.1 Pengertian Komunikasi Persuasi .....	21
2.4.2 Elaborate Likelihood Model .....	26
2.5 Kerangka Pemikiran .....	30
2.6 Definisi Konsep .....	31

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Desain Penelitian .....	34
3.2 Unit Analisis .....	36
3.3 Key Informan dan Informan .....	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.5 Keabsahan Data .....	41
3.6 Analisa Data .....	43

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum .....	45
4.1.1 CJ CGV .....	45
4.1.2 blitzmegaplex.....	46
4.1.3 CGV University .....	47
4.2 Pilot Test .....	49
4.2.1 Pilot Test I .....	49
4.2.2 Pilot Test II .....	52
4.3 Tahapan Pelaksanaan Pilot Test .....	55

4.4 Strategi Komunikasi Pilot Test .....	59
4.4.1 Central Route .....	60
4.4.2 Pheripheral Route .....	73
4.5 Kendala-kendala .....	85
4.6 Kesimpulan .....	91

## **BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan .....	92
5.2 Saran .....	95
5.3 Penelitian Selanjutnya .....	97

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## **RIWAYAT HIDUP**