

DAFTAR ISI

| | |
|--|------------|
| HALAMAN PENGESAHAN | i |
| HALAMAN PERNYATAAN | ii |
| ABSTRAK | iii |
| ABSTRACT | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR LAMPIRAN | xi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Fokus Penelitian | 10 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 10 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 11 |
| 1.5 Tahap Penelitian..... | 12 |
| 1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian | 13 |
| 1.6.1 Lokasi dan Waktu Penelitian | 13 |
| 1.7 Sistematika Penulisan..... | 14 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 15 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 15 |
| 2.2 Tinjauan Pustaka | 28 |
| 2.2.1 Komunikasi..... | 28 |
| 2.2.2Strategi Komunikasi | 30 |
| 2.2.3 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> | 33 |
| 2.2.4 <i>Stakeholder</i> | 36 |
| 2.2.5 <i>Cyber CSR</i> | 37 |
| 2.2.5.1 <i>Website</i> | 38 |

| | |
|---|------------|
| 2.2.5.2 Media Sosial..... | 39 |
| 2.2.6 Strategi Komunikasi CSR | 40 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran..... | 43 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 44 |
| 3.1 Paradigma Penelitian..... | 44 |
| 3.2 Metode Penelitian..... | 45 |
| 3.2.1 Analisis Isi..... | 45 |
| 3.3 Objek Penelitian | 46 |
| 3.4 Subjek Penelitian..... | 46 |
| 3.5 Definisi Konsep..... | 47 |
| 3.6 Pengumpulan Data | 48 |
| 3.6.1 Data Primer..... | 48 |
| 3.6.2 Data Sekunder..... | 49 |
| 3.7 Unit Analisis..... | 49 |
| 3.8 Teknik Keabsahan Data | 49 |
| 3.9 Teknik Analisis Data..... | 50 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 51 |
| 4.1 Karakteristik Data Official Website PT Pertamina | 57 |
| 4.2 Hasil Penelitian | 62 |
| 4.2.1 Strategi Komunikasi <i>Cyber</i> CSR PT Pertamina | 62 |
| 4.3 Pembahasan..... | 97 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN..... | 114 |
| 5.1 Simpulan | 114 |
| 5.2 Saran..... | 114 |
| 5.2.1 Saran Akademis | 114 |
| 5.2.2 Saran Praktis..... | 115 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 116 |
| IAMPIRAN | |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|------------|
| Gambar 1.1 Data Pengguna Internet Dunia Tahun 2015 | 3 |
| Gambar 1.2 Data Pengguna Media Internet bagi Perusahaan | 4 |
| Gambar 1.3 Pertumbuhan Penggunaan Internet di Indonesia | 5 |
| Gambar 1.4 Logo Pertamina | 7 |
| Gambar 1.5 <i>Website</i> PT Pertamina (persero) (www.pertamina.com)..... | 9 |
| Gambar 1.9 Tahapan Penelitian..... | 12 |
| Gambar 4.1 Tampilan <i>Company Profile Official Website</i> PT Pertamina..... | 59 |
| Gambar 4.2 Tampilan <i>Our Business Official Website</i> PT Pertamina..... | 59 |
| Gambar 4.3 Tampilan <i>News Room Official Website</i> PT Pertamina | 60 |
| Gambar 4.4 Tampilan <i>Investor Relations Website</i> PT Pertamina | 61 |
| Gambar 4.5 Tampilan <i>Social Responsibility Official Website</i> PT Pertamina..... | 61 |
| Gambar 4.9 Sub Menu Berita CSR | 66 |
| Gambar 4.10 Gambar Pertamina Sobat Bumi..... | 108 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|-----------|
| Tabel 1.1 Waktu Penelitian | 15 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 17 |
| Tabel 3.1 Tabel Unit Analisis Peneltian | 47 |
| Tabel 4.1 Hasil Analisis Strategi Komunikasi PT Pertamina | 68 |

DAFTAR LAMPIRAN

- 1. Review Informasi Strategi Komunikasi Cyber CSR pada *Official Website* PT Pertamina.**
- 2. Review Informasi Berita Negatif Mengenai PT Pertamina pada *Website* Lain.**