

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat penelitian	8
1.4.1 Manfaat teoritis	8
1.4.2 Manfaat praktis	8
1.5 Waktu Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Communication Strategy for <i>Sustainable Development</i> dalam Perspektif Public Relations	9
2.2 <i>Sustainable Development</i> dalam Perspektif Corporate Social Responsibility	12
2.3 Sustainability Development dalam Membangun Corporate Sustainability ...	14
2.4 Manajemen Komunikasi	16
2.5 Penelitian Terdahulu	17

2.5 Kerangka Pemikiran	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Paradigma.....	30
3.2 Metode Penelitian	30
3.3 Subjek & Objek Penelitian.....	31
3.1.1 Subjek.....	31
3.1.2 Objek	31
3.4 Lokasi Penelitian.....	32
3.5.3 Kriteria Informan	32
3.6 Unit Analisis	33
3.7 Pengumpulan Data Penelitian	37
3.7.1 Wawancara	37
3.7.2 Observasi	37
3.7.3 Dokumentasi.....	38
3.8 Teknik Analisis Data	38
3.8.1 Reduksi Data.....	38
3.8.2 Data Display	38
3.8.3 Conclusion Drawing.....	38
3.9 Teknik Keabsahan Data.....	39
3.9.1 Triangulasi Sumber	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Gambaran Umum Penelitian	40
4.2 Gambaran Umum Perusahaan.....	40
4.2 Informan Penelitian	41
4.3 Hasil Penelitian	42
4.3.1 <i>Communication Strategy for Sustainable development</i>	42
4.3.2 <i>Corporate sustainability</i>	64

4.4 Pembahasan.....	83
4.4.1 Implementasi Strategi Komunikasi Sustainable Development Pada Program CSR PT. Pos Indonesia	83
4.4.2 Pengelolaan Manajemen Komunikasi dalam Membentuk Strategi Komunikasi Sustainable Development yang Efektif	95
4.4.3 Implementasi Indikator <i>Media Selection and Mix</i> Dalam Strategi Komunikasi <i>Sustainable Development</i>	97
4.4.4 Mengakomodir Isu Inklusifitas dalam Komunikasi CSR.....	98
4.4.5 Optimalisasi <i>Media Performances and Field Implementation</i> Pada Website Perusahaan Sebagai Strategi Untuk Komunikasi Sustainable Development	99
4.4.6 Miskonsepsi Penciptaan <i>Corporate Sustainability</i> Melalui Program CSR	101
4.4.7 Model <i>Strategy Communication for Sustainable Development</i> PT. Pos Indonesia	102
4.4.8 Model Corporate Sustainability PT. Pos Indonesia	105
BAB V PENUTUP	107
5.1 Kesimpulan	107
5.2 Saran	108
5.2.1 Saran Teoritis	108
5.2.2 Saran Praktis	108
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN	115