

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.	xv
RIWAYAT HIDUP	xvi
MOTTO.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan penelitian	7
1.4.1 Kegunaan Akademis	7
1.4.2 Kegunaan Praktis	7
1.5 Landasan Penelitian	8
1.5.1 Landasan Teoritis	8
1.5.2 Landasan Konseptual	10
1.6 Langkah – Langkah Penelitian	13
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	13
1.6.2 Paradigma dan Pendekatan	13
1.6.3 Metode Penelitian	14
1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data	15
1.7 Teknik Pemilihan Informan	17
1.8 Teknik Pemilihan Data.....	17

1.9 Teknik Analisis Data	18
1.10 Rencana Jadwal Penelitian.....	20
BAB II KAJIAN PUSTAKA	22
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	22
2.2 Kajian Konseptual	37
2.2.1 Strategi.....	37
2.2.2 <i>Public relations</i>	38
2.3 Kajian Teori.....	49
2.3.1 Teori Mediamorphosis	49
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	59
3.1.1 Profil dan Sejarah PT PT Bio Farma (Persero) (Persero)	59
3.1.2 Visi, Misi dan Filosofi Perusahaan	61
3.1.3 Struktur Organisasi PT Bio Farma (Persero).....	62
3.1.4 Struktur Organisasi PT Bio Farma (Persero).....	63
3.1.5 Strruktur Organisasi Bagian <i>Corporate Communication</i>	63
3.2 Profil Informan	68
3.3 Hasil Temuan Peneliti	69
3.3.1 <i>Coevolution and Coexistence</i>	70
3.3.2 <i>Metamorphosis</i>	84
3.3.3 <i>Proagation</i>	97
3.3.4 <i>Survival</i>	108
3.3.4 <i>Oppurtunity and Need</i>	121
3.4 Hasil Pembahasan Penelitian.....	132
3.4.1 <i>Coevolution and Coexistence</i>	133
3.4.2 <i>Metamorphosis</i>	142
3.4.3 <i>Propagation</i>	149
3.4.4 <i>Survival</i>	155
3.4.5 <i>Oppurtinity and Need</i>	163
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....	175
4.1 Simpulan.....	175

4.2	Saran	176
4.2.1	Saran Akademis	176
4.2.2	Saran Praktis	176
DAFTAR PUSTAKA		178
LAMPIRAN		182

