

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Kerangka Teori/ Pemikiran.....	7
1.5.1 Teori Manajemen Isu.....	7
1.5.2 Teori Perencanaan	9
1.5.3 Teori Pilihan Rasional	10
1.5.4 Pendekatan Sistem.....	11
1.5.5 Peran Public Relations Terhadap Isu.....	12
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	14

2.1 Public Relations dan Pihak Eksternal Perusahaan	14
2.2 Manajemen Isu dalam Bingkai Teoritis	18
2.3 Jenis-jenis Isu	22
2.4 Media Relations sebagai Upaya Penanganan Isu.....	24
2.5 Dokumentasi dan Kliping Pemberitaan	28
2.6 Penelitian Sebelumnya	32
BAB III. METODE PENELITIAN	35
3.1 Jenis Penelitian.....	35
3.2 Objek Penelitian.....	36
3.3 Sumber Data.....	36
3.3.1 Data Primer.....	36
3.3.2 Data Sekunder	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data	36
3.4.1 Wawancara	36
3.4.2 Dokumentasi/Arsip.....	37
3.5 Teknik Analisis Data.....	38
3.6 Validitas Data Dengan Triangulasi	40
BAB IV.HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Sejarah dan Profil PT. Pertamina EP	42
4.1.1 Gambaran Umum PT.Pertamina EP Asset 3	47
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	49
4.1.3 Makna Logo Perusahaan	50
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan Secara Umum	53
4.1.5 Struktur Organisasi Divisi <i>Legal & Relation</i>	50

4.2 Pembahasan.....	56
4.2.1 Divisi Legal & Relation di PT. Pertamina EP Asset 3	56
4.2.2 Media Cetak yang Menjadi Fokus Monitoring.....	59
4.2.3 Peristiwa yang Melatarbelakangi Munculnya Isu	64
4.2.4 Analisis Pemberitaan.....	66
4.3 Hasil Penelitian	74
4.3.1 Publik/Stakeholder yang Terdampak Penyebaran Isu	74
4.3.2 Tahapan Manajemen Isu PT. Pertamina EP Asset 3	75
4.3.3 Presentasi Pengamatan Peneliti	83
BAB V. PENUTUP	88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Lingkup Perluasan Public Relations	16
Gambar 2.2. Media Massa sebagai “Tujuan Antara” bagi Public Relations.....	17
Gambar 2.3. Jenis-Jenis Isu Menurut Regester dan Larkin (1995).....	23
Gambar 2.4. Bagan Beda Fungsi Dokumentasi dan Kliping	30
Gambar 3.1. Alur Teknik Analisis Data Menurut Huberman dan Miles	39
Gambar 4.1. Peta Wilayah Kerja PT. Pertamina EP Asset 3	47
Gambar 4.2. Logo PT. Pertamina EP	50
Gambar 4.3. Kadar Hasil Emisi PEP Asset 3 Sepanjang 2010-2015.....	52
Gambar 4.4. Struktur Organisasi PEP Asset 3 Secara Umum	53
Gambar 4.5. Struktur Organisasi Divisi Legal & Relation	55
Gambar 4.6. Media Cetak yang Menjadi Fokus Monitoring	59
Gambar 4.7. Lokasi Kejadian dan Motor Korban yang Terbakar.....	65
Gambar 4.8. Proses Identifikasi di Lokasi Kejadian.....	76
Gambar 4.9. Kondisi Motor yang Hangus Terbakar.....	77
Gambar 4.10. Suasana Rapat Tim Manajemen Isu (L&R)	79
Gambar 4.11. Penanggulangan Pipa	82
Gambar 4.12. Pemetaan Proses Manajemen Isu	83

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Pemegang Saham PT. Pertamina EP	44
Tabel 4.2. Mitra dan Bentuk Kerjasama PT. Pertamina EP.....	45