

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Posisi ideal <i>Public Relations</i> dalam organisasi	52
Gambar 4.2 Peta Lokasi Pabrik PT. Lafarge Holcim Indonesia, Tbk, Pabrik Cilacap.....	94
Gambar 4.4 Meeting tentang An Idea Competition tahun 2017	107
Gambar 4.5 Briefing Kerja Karyawan Holcim Cilacap	109
Gambar 4.6 <i>Safety</i> Induction untuk karyawan baru dan kontraktor.....	111
Gambar 4.7 <i>Award</i> untuk Divisi Comrel dan Corcom Holcim Cilacap 2016	113
Gambar 4.8 Kegiatan Perayaan Hari Kartini 21 April 2017 oleh Karyawan Wanita Holcim Cilacap.....	116
Gambar 4.9 <i>Family recreation</i> Holcim Cilacap ke Jogja Bay Februari 2017 ...	117
Gambar 4.10 Medical Check Up Karyawan Holcim Cilacap 2017	118
Gambar 4.11 Juara I Futsal Competition Holcim 2017	120
Gambar 4.12 Temu Masyarakat dalam acara Coffee Morning Holcim Cilacap	121
Gambar 4.13 Silaturahmi Keluarga Besar Holcim Cilacap 2017	123
Gambar 4.14 Halal Bi Halal Karyawan dan Kontraktor Holcim	124
Gambar 4.15 Bapak Dedy, karyawan <i>Community Relations. Department</i>	127
Gambar 4.16 Kegiatan workday bulan April 2017 di PT. Holcim Indonesia Pabrik Cilacap	129
Gambar 4.17 BERITA KITA EDISI FEBRUARI 2017	131
Gambar 4.18 Holcim <i>Customer Day</i> 2017.....	133
Gambar 4.19 Kusdiharta - GA & <i>Community Relation</i> Manager tahun 2017 ...	149

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Kerangka Pemikiran dan Teori.....	12
1.5.1 <i>Employee Relations</i>	12
1.5.2 Kualitas Program <i>Employee Relations</i>	14
1.5.3 Teori Pertukaran Sosial	19
1.5.4 Teori Citra (<i>Image Theory</i>)	30
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	33
2.1 Tinjauan Komunikasi.....	33
2.1.1 Unsur Komunikasi	33
2.1.2 Proses komunikasi.....	35
2.1.3 Konteks Komunikasi.....	36
2.1.4 Fungsi Komunikasi	39

2.1.5 Hambatan Komunikasi.....	40
2.1.6. Proses Komunikasi di Kantor atau Organisasi.....	41
2.2 <i>Public Relations</i>	45
2.2.1 Kegiatan <i>Public Relations</i>	52
2.3 <i>Employee Relations</i>	54
2.4 Citra Perusahaan	66
2.5 Penelitian Terdahulu	69
2.5.1 Strategi <i>Employee Relations</i> dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan dan Citra pada PT. Kereta Api (Persero).	69
2.5.2 Analisis Aktifitas <i>Employee Relations</i> Ros-in Hotel Yogyakarta Dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Karyawan.	70
2.5.3 Program <i>Employee Relations</i> Hotel NEO+ AWANA Yogyakarta Dalam Meningkatkan Motivasi Karyawan.....	71
BAB III METODE PENELITIAN.....	72
3.1 Jenis Penelitian	72
3.2 Objek Penelitian.....	74
3.3 Lokasi Penelitian.....	75
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	75
3.4.1 Sumber Data.....	:75
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	76
3.5 Teknik Analisis Data	79
3.6 Validitas Data	82
3.6.1 Pengembangan Validitas Data	84
3.6.1.1 Triangulasi Sumber	84
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	86
4.1 Hasil Penelitian	86
4.1.1 Deskripsi PT. Holcim Indonesia Pabrik Cilacap.....	86
4.1.2 Visi dan Misi PT. Holcim Indonesia Pabrik Cilacap	91
4.1.2.1 Visi Perusahaan	91

4.1.2.2 Misi Perusahaan	91
4.1.3 Nilai Dasar PT. Holcim Indonesia	92
4.1.4 Logo Perusahaan	93
4.1.5 Lokasi Perusahaan.....	94
4.1.6 Bidang Pekerjaan	95
4.1.7 Pelaksanaan <i>Employee Relations</i> PT. Holcim Indonesia Pabrik Cilacap	104
4.1.7.1 Program-program <i>Employee Relations</i>	106
4.1.8 Faktor Pendukung dan Penghambat Program <i>Employee Relations</i> di PT. Holcim Indonesia Pabrik Cilacap.....	133
4.1.9 Citra Perusahaan Menurut Karyawan PT. Holcim Indonesia Pabrik Cilacap	138
4.2 Pembahasan	145
BAB V PENUTUP.....	166
5.1 Kesimpulan	166
5.2 Saran	169
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	