

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>SERTIFIKASI</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN TESIS</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Perumusan Masalah</b> .....	<b>9</b>
<b>1.3 Pertanyaan Penelitian</b> .....	<b>11</b>
<b>1.4 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>11</b>
<b>1.5 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>12</b>
<b>1.5.1 Manfaat Teoritis</b> .....	<b>12</b>
<b>1.5.2 Manfaat Praktis</b> .....	<b>12</b>
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA AWAL DAN PENGEMBANGAN MODEL</b> <b>PENELITIAN</b> .....	<b>13</b>
<b>2.1 Strategi Komunikasi (Communication Strategies)</b> .....	<b>13</b>
<b>2.1.1 Strategi Komunikasi pada Keunggulan Bersaing Perusahaan.</b>	<b>14</b>
<b>2.1.2 Pentingnya Komunikasi Korporasi Pada Citra Perusahaan ....</b>	<b>16</b>
<b>2.1.3 Pentingnya Strategi Komunikasi pada Industri Keluarga .....</b>	<b>25</b>
<b>2.1.4 Pentingnya Strategi Komunikasi dalam Industri Rokok.....</b>	<b>27</b>

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1 Penelitian Kualitatif ( <i>Qualitative Study</i> ).....	34
3.2 Pendekatan Kasus Ganda ( <i>Multiple Case Study</i> ).....	35
3.3 Desain Riset ( <i>Multiple Case Study Design</i> ).....	36
3.4 Sumber Data .....	38
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	39
3.6 Populasi, Teknik Pengambilan Sampel, Responden.....	42
3.7 Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	46
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>48</b>
4.1 Gambaran Profil Objek Penelitian.....	48
4.1.1 Profil Perusahaan.....	48
4.1.2 Profil Narasumber Internal .....	51
4.1.3 Profil Narasumber Eksternal.....	54
4.2 Hasil Wawancara Internal Perusahaan .....	57
4.2.1 Strategi Komunikasi Perusahaan pada Fleksibilitas.....	57
4.2.2 Strategi Komunikasi Perusahaan pada Pengambilan Keputusan.....	86
4.2.3 Strategi Komunikasi Perusahaan pada Dimensi Aset tak Berwujud .....	113
4.2.4 Strategi Komunikasi Perusahaan terhadap Dimensi Optimalisasi Operasional.....	141
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>173</b>
5.1 Simpulan Penelitian .....	173
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	175
5.3 Implikasi Kebijakan .....	176
5.3.1 Kebijakan Teoritas .....	176
5.3.2 Kebijakan Manajerial.....	177
5.4 Saran Penelitian .....	178

**DAFTAR PUSTAKA .....179**

**LAMPIRAN.....197**

