

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
SURAT PERNYATAAN .....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH .....	v
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT .....	viii
RINGKASAN .....	x
SUMMARY .....	xiv
DAFTAR ISI .....	xvii
DAFTAR TABEL .....	xxi
DAFTAR GAMBAR .....	xxii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	14
1.3 Tujuan Penelitian .....	15
1.4 Manfaat Penelitian .....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN TEORI .....	18
2.1 Review Penelitian Terdahulu .....	18
2.2 Teori Michel Foucault .....	25
2.2.1 Teori Arkeologi Pengetahuan .....	27
2.2.2 Produksi dan Transformasi Wacana .....	33
2.3.3 Kekuasaan/Pengetahuan dan Kebenaran .....	30
2.4.4 Wacana, Kekuasaan dan Hegemoni .....	36
2.3 <i>Public Relations</i> dalam Perspektif Foucauldian .....	39
2.3.1 Transformasi Wacana dan Pemetaan Perubahan Sosial.....	43
2.3.2 Pengelolaan Aspek Hubungan Pemegang Otoritas dan Masyarakat .....	46
2.4 Praktisi <i>Public Relations</i> Sebagai <i>Discourse Technologist</i> .....	49

2.5 Analisis Wacana Kritis .....	55
2.5.1 Dimensi Wacana .....	55
2.5.2 Dimensi Praktik Sosial .....	56
2.6 <i>Public Relations</i> dan Praktik Retorika .....	57
2.7 <i>Public Relations</i> dan Corporate Social Responsibility .....	60
2.7.1 <i>Public Relations</i> dan Komunikasi CSR .....	64
2.8. Corporate Social Responsibility .....	69
2.8.1 <i>Corporate Governance</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> ..	72
2.8.2 Corporate Citizenship dan Corporate Social Responsibility...	76
2.9. CSR di Negara-Negara Berkembang .....	79
2.9.1 Perkembangan CSR di Indonesia .....	85
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>92</b>
3.1 Pendekatan Penelitian .....	92
3.2 Kerangka Pikir Penelitian .....	94
3.3 Lokasi Penelitian .....	95
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	99
3.5 Subjek Penelitian .....	103
3.6 Teknik Analisis Data .....	106
3.7 Proses Analisis Data .....	110
3.8 Keterbatasan Penelitian.....	115
<b>BAB IV INDUSTRI TAMBANG BATUBARA DI KALIMANTAN TIMUR .</b>	<b>118</b>
4.1 PT Berau Coal Energy .....	121
4.2 PT Kaltim Prima Coal .....	129
4.3 Wacana CSR Perusahaan Tambang Batubara di Kalimantan Timur .	138
<b>BAB V PRAKTIK PR (<i>PR PRACTICE</i>) MENJADI <i>DISCOURSE</i></b>	
<b><i>TECHNOLOGIST</i> MELALUI PROGRAM CSR DI INDUSTRI</b>	
<b>TAMBANG BATUBARA .....</b>	<b>152</b>
5.1 Praktik Promosi Program CSR .....	154
5.2 Praktik Peran Penasehat Program CSR Perusahaan .....	174

5.3 Konstruksi Profesi, Posisi dan Kedudukan PR dari Perspektif Praktisi PR dan CSR di Industri Tambang Batubara .....	185
<b>BAB VI PRODUKSI WACANA DALAM PRAKTIK PR SEBAGAI DISCOURSE TECHNOLOGIST MELALUI PROGRAM CSR DI INDUSTRI PERTAMBANGAN BATUBARA .....</b>	
6.1 CSR Sebagai Transformasi Bisnis Perusahaan Perusahaan .....	196
6.2 CSR dan Reputasi Perusahaan .....	217
6.3 CSR Sebagai Simbol Keberhasilan Korporat .....	234
6.4 CSR dan Kontribusi Terhadap Pembangunan Bangsa dan Negara ..	244
6.5 CSR Sebagai Budaya Korporat .....	253
6.6 CSR Sebagai Implementasi Nilai-Nilai Sosial dan Keagamaan Pemimpin Perusahaan .....	263
6.7 Intertekstualitas Produksi Wacana dalam Praktik PR Melalui Program CSR .....	274
<b>BAB VII WACANA CSR MASYARAKAT SASARAN PROGRAM PERUSAHAAN PERTAMBANGAN BATUBARA DI KALIMANTAN TIMUR .....</b>	
7.1 Diskursus Kehadiran Perusahaan Tambang Batubara Terhadap Kehidupan Masyarakat .....	283
7.1.1 Dampak Ekonomi .....	284
7.1.2 Dampak Sosial .....	288
7.1.3 Dampak Lingkungan .....	292
7.2 Program-Program CSR Industri Tambang Batubara Di Kalimantan Timur .....	301
7.3 Hubungan Masyarakat ( <i>Community Relations</i> ) Dengan Perusahaan Tambang Batubara .....	310
7.4 Intertekstualitas Wacana Masyarakat dan CSR .....	332
7.5 CSR Sebagai Alat Praktik PR Meraih Kekuasaan dan Lisensi Sosial Operasional Perusahaan Tambang Batubara .....	337

BAB VIII PENUTUP .....	347
8.1 Kesimpulan .....	328
8.2 Implikasi Teoritis dan Praktis .....	344
8.3 Rekomendasi Penelitian .....	352
DAFTAR PUSTAKA .....	354
LAMPIRAN .....	394