

DAFTAR ISI

JUDUL	I
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	II
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	IV
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	V
ABSTRACT	VI
KATA PENGANTAR	VII
DAFTAR ISI	IX
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Pemilihan Topik	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Magang	11
1.4 Manfaat Magang	11
1.5 Waktu dan Lokasi Magang:	11
1.6 Sistematika Penulisan	12
BAB 2 LANDASAN TEORI	13
2.1 Teori Kepastian Hukum	13
2.2 Teori Tata Kelola Perusahaan	19
2.3 Hukum dan Etika	21
BAB 3 GAMBARAN UMUM TEMPAT MAGANG	28
3.1 Profil Perusahaan	28
3.1.1 Keahlian Utama.....	29
3.1.2 Pabrik Pfizer di Indonesia	30
3.1.3 Jumlah Karyawan.....	30
3.2 Struktur Organisasi Perusahaan dan Alur Kerja Komunikasi Publik	31
3.2.1 Struktur Organisasi Perusahaan	31
3.2.2 Alur Kerja Komunikasi Publik	32
BAB 4 PEMBAHASAN	39
4.1 Regulasi dan standar etika terhadap promosi obat keras di Indonesia	40
4.1.1 Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan	41
4.1.2 Peraturan BPOM Nomor 2 Tahun 2021 tentang Pedoman Pengawasan Periklanan Obat.....	42

4.1.3 Kode Etik IPMG	43
4.1.4 Kode Etik GP Farmasi	63
4.2 Implementasi dari regulasi dan standar etika dalam komunikasi publik di PT Pfizer Indonesia.....	68
4.2.1 Gambaran Umum dari Prosedur yang Harus Dipatuhi	68
4.2.2 Praktik Mekanisme Persetujuan dalam Pembuatan Materi Komunikasi Publik	74
4.2.3 Pendidikan dan Pelatihan Karyawan dalam Mendukung Implementasi Regulasi dan Standar Etika dalam Komunikasi Publik di PT Pfizer Indonesia.....	77
4.2.4 Studi Kasus mengenai Pelaksanaan Kepatuhan Hukum dalam Kampanye Public Relations tahun 2023	83
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	96
5.1 Kesimpulan.....	96
5.1.1 Regulasi dan Standar Etika yang Berlaku.....	96
5.1.2 Implementasi pada Komunikasi Publik Perusahaan	97
5.2 Saran-Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....	102