

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
UCAPAN TERIMA KASIH.....	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR BAGAN	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Teoretis	5
1.4.2. Manfaat Praktis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teoretis	9
2.2.1. Model Two Ways Asymmtric Communication	9
2.2.2. Model Two Ways Symmetric Communication.....	10
2.3 Landasan Konseptual	11
2.3.1 Strategi Komunikasi.....	11
2.3.1.1 Pengertian Strategi Komunikasi.....	11
2.3.1.2 Tujuan Strategi Komunikasi	13
2.3.1.3 Ruang Lingkup Strategi Komunikasi.....	13
2.3.1.4 Tahapan Strategi Komunikasi	14
2.3.2 Public Relations	15
2.3.2.1 Pengertian Public Relations	15
2.3.2.2 Fungsi Public Relations.....	16
2.3.2.3 Tujuan Public Relations	16
2.3.2.4 Peran Public Relations	17

2.3.4 Strategi	18
2.3.4.1 Pengertian Strategi	18
2.3.4.2 Jenis-jenis Strategi	18
2.3.5 Media Massa	18
2.3.5.1 Pengertian Media Massa	18
2.3.5.2 Peran Media Massa	29
2.3.5.3 Jenis-jenis Media Massa	20
2.3.5.4 Karakteristik Majalah	21
2.3.6. Tim Keredaksian	22
2.3.6.1 Bagian-bagian Keredaksian	22
2.4 Kerangka Pemikiran Peneliti.....	22
BAB III Metode Penelitian.....	24
3.1 Desain Penelitian.....	24
3.2 Objek Penelitian.....	25
3.3 Sumber Data.....	25
3.3.1. Key Informan	25
3.3.2 Informan Pendukung.....	26
3.4 Bahan Penelitian Unit Analisis	26
3.5 Instrument Penelitian	26
3.6 Definisi Operasional Konsep	26
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.8 Teknik Analisis Data.....	28
3.9 Teknik Keabsahan Data	30
BAB IV Hasil Penelitian	33
4.1 Subyek Penelitian.....	33
4.1.1 Profil Majalah Tempo	33
4.1.2 Struktur Organisasi Media Tempo	34
4.1.3 Tugas Corporate Secretary dan Redaktur Eksekutif	35
4.2 Hasil Penelitian	36
4.2.1 Strategi Komunikasi Majalah Tempo	36
4.2.1.1 Penelitian Majalah Tempo	36
4.2.1.2 Perencanaan dalam Mengatasi Isu	37
4.2.1.3 Pelaksanaan dalam Mengatasi Isu	37
4.2.1.4 Evaluasi Majalah Tempo.....	38
4.2.1.4 Pelaporan Majalah Tempo	38
4.2.1 Kendala Mengatasi Isu	39
BAB V Pembahasan.....	40
5.1 Strategi Komunikasi Majalah Tempo.....	40
5.2 Kendala Mengatasi Isu Majalah Tempo.....	44

BAB V Penutup	46
6.1 Kesimpulan.....	46
6.2 Saran.....	47
Daftar Referensi	48
Lampiran	51
Daftar Riwayat Hidup	53

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....22

Bagan 3.1 Model Interaktif Dalam Analisis Data Miles Dan Huberma29

Bagan 3.2 Triangulasi Keabsahan Data31

Bagan 4.1 Struktur Organisasi Media Tempo.....34

Bagan 4.2 Struktur Organisasi Majalah Tempo.....35

Daftar Tabel

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3.1 Tipe-tipe Dasar Desain Studi Kasus.....	25

Daftar Gambar

Gambar 1.1 Halaman Depan Majalah Tempo.....2

Gambar 1.2 Berita Pelaporan Majalah Tempo..... 3

Gambar 1.3 Twitter3

Gambar 1.4 Twitter4