

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Tinjauan Teori	7
2.1.1 Komunikasi Massa	7
2.1.2 Jurnalistik	8
2.1.3 Majalah.....	9
2.1.4 Cover Majalah	11
2.1.5 Konstruksi Pesan	13
2.1.6 Makna	14
2.1.7 Semiotika	16
2.1.7.1 Semiotika Charles Sanders Peirce	17
2.1.7.2 Semiotika Ferdinand de Saussure	18
2.1.7.3 Semiotika Cover Majalah	19
2.2 Kerangka Pemikiran	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Desain Penelitian	23
3.2 Sumber Data	24
3.3 Bahan Penelitian dan Unit Analisis	25
3.4 Teknik Pengumpulan Data	25
3.5 Uji Keabsahan.....	26
3.6 Teknik Analisis Data	27
BAB IV PEMBAHASAN	29
4.1 Subjek Penelitian	29
4.1.1 Sejarah Singkat Kompas Gramedia Group	29
4.1.2 Visi dan Misi Kompas Gramedia Group.....	29

4.1.3 Pengelompokan Bidang Usaha	29
4.1.4 Corporate Value.....	31
4.1.5 Perkembangan Kompas Gramedia <i>Group</i>	31
4.1.6 <i>Group of Magazine</i>	35
4.1.7 Visi dan Misi <i>Group of Magazine</i>	36
4.1.8 Pengelompokan dan Daftar Pemangku Jabatan.....	36
4.2 Hasil Penelitian	40
4.2.1 Analisis edisi 01-14 Desember 2011	40
4.2.2 Analisis edisi 15-28 Desember 2011	53
4.2.3 Analisis edisi 29 Desember 2011-11 Januari 2012	68
4.2.4 Analisis edisi 12-25 Januari 2011	85
4.3 Pembahasan	100

BAB V PENUTUP	106
5.1 Kesimpulan	106
5.2 Saran	108

DAFTAR PUSTAKA
 DAFTAR RIWAYAT HIDUP
 LAMPIRAN