

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Praktis.....	11
1.4.2 Manfaat Teoritis.....	11
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 <i>Public Relations</i>	13
2.2 Fungsi <i>Public Relations</i>	14
2.3 Isu.....	15
2.4 Manajemen Isu.....	17
2.5 Model 7 Tahapan Manajemen Isu (Regester & Larkin, 2008).....	18
2.6 Penelitian Terdahulu.....	22
2.6.1 Jurnal Nasional.....	22
2.6.2 Jurnal Internasional.....	27
2.6 Kerangka Pemikiran.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Metode Penelitian.....	35
3.1.1 Paradigma Penelitian.....	37

3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	38
3.2.1 Subjek Penelitian	38
3.2.2 Objek Penelitian	39
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.3.1 Data Premier	39
3.3.2 Data Sekunder.....	40
3.4 Informan Penelitian.....	40
3.5 Unit Analisis Penelitian	42
3.6 Teknik Analisis Data.....	43
3.6.1 Reduksi Data (<i>Data Reduction</i>)	44
3.6.2 Penyajian Data (<i>Data Display</i>)	44
3.6.3 Kesimpulan (<i>Conclusion Drawing/Verification</i>)	44
3.7 Teknik Keabsahan Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Hasil Penelitian.....	46
4.2 Pembahasan	72
BAB V PENUTUP	98
5.1 Kesimpulan.....	98
5.2 Saran	98
5.2.1 Saran Akademis	99
5.2.2 Saran Praktis	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN.....	104