

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoretis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian	9
1.5.1 Waktu Penelitian.....	9
1.5.2 Lokasi Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 <i>Four Public Relations Models</i>	12
2.1.1 <i>Press Agency/Publicity</i>	13
2.1.2 <i>Public Information</i>	14
2.1.3 <i>Two-way Asymmetric Communication</i>	16

2.1.4 <i>Two-way Symmetric Communication</i>	17
2.2 Strategi <i>Media Relations</i> dalam Praktik <i>Public Relations</i>	18
2.3 Pentingnya Reputasi bagi Perusahaan.....	23
2.4 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu.....	26
2.4.1 Jurnal Nasional	26
2.4.2 Jurnal Internasional	35
2.5 Kerangka Pemikiran	44
BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1 Metode Penelitian.....	46
3.2 Paradigma Penelitian	47
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	47
3.3.1 Subjek Penelitian	48
3.3.2 Objek Penelitian.....	48
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.4.1 Sumber Primer	48
3.4.2 Sumber Sekunder	50
3.5 Informan Penelitian	50
3.6 Teknik Analisis Data	52
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Hasil Penelitian	54
4.1.1 Strategi <i>Media Relations</i> dalam Menjaga Reputasi Perusahaan.....	54
4.1.2 Strategi <i>Media Relations</i> yang Menggunakan Pola Komunikasi Satu Arah	60
4.1.3 Strategi <i>Media Relations</i> yang Menggunakan Pola Komunikasi Dua Arah	64
4.2 Pembahasan.....	68

4.2.1 Strategi <i>Media Relations</i> yang Menggunakan Pola Komunikasi Satu Arah	68
4.2.2 Strategi <i>Media Relations</i> yang Menggunakan Pola Komunikasi Dua Arah	71
4.3 Model Penelitian Gabungan.....	75
BAB V PENUTUP	78
5.1 Kesimpulan	78
5.1.1 Strategi <i>Media Relations</i> yang Menggunakan Pola Komunikasi Satu Arah	78
5.1.2 Strategi <i>Media Relations</i> yang Menggunakan Pola Komunikasi Dua Arah	78
5.2 Saran	79
5.2.1 Saran Akademis	79
5.2.2 Saran Praktis	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	83