

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
RIWAYAT HIDUP	xiv
MOTTO	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	7
1.4.1 Kegunaan Akademis	7
1.4.2 Kegunaan Praktis	8
1.5 Landasan Pemikiran	9
1.5.1 Penelitian yang Relevan	9
1.5.2 Landasan Konseptual	14
1.6 Langkah-Langkah Penelitian	15
1.6.1 Lokasi Penelitian	15
1.6.2 Paradigma dan Pendekatan	16
1.6.3 Metode Penelitian	18
1.6.4 Jenis dan Sumber Data	18
1.6.5 Teknik Pemilihan Informan	19
1.6.6 Teknik Pengumpulan Data	20

1.6.7 Teknik Analisis Data	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	23
2.1 <i>Media Relations</i>	23
2.1.1 Definisi <i>Media Relations</i>	23
2.2 <i>Media Monitoring</i>	27
2.3 <i>New Media</i>	38
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
3.1 <i>Gambaran Umum Penelitian</i>	45
3.1.1 Profil dan Sejarah Weber Shandwick	45
3.2 <i>Profil Informan</i>	50
3.3 <i>Hasil Penelitian</i>	51
BAB IV PENUTUP	95
4.1 <i>Simpulan</i>	95
4.2 <i>Saran</i>	97
DAFTAR PUSTAKA	98