

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR BAGAN.....	xi
RIWAYAT HIDUP	xiii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Fokus Penelitian.....	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Kegunaan Penelitian	9
1.4.1. Secara Akademis.....	9
1.4.2. Secara Praktis.....	9
1.5. Landasan Pemikiran	10
1.5.1. Hasil Penelitian Sebelumnya	10
1.5.2. Landasan Teoritis.....	1
1.5.3. Kerangka Konseptual.....	21
1.6. Langkah – Langkah Penelitian	10
1.6.1. Lokasi Penelitian.....	10
1.6.2. Pendekatan Penelitian	11
1.6.3. Metode Penelitian.....	12
1.6.4. Jenis Data dan Sumber Data.....	13
1.6.4.1. Jenis Data	13
1.6.4.2. Sumber Data.....	14
1.6.5. Informan.....	15
1.6.5.1. Penentuan Informan	15

1.6.5.2. Teknik Pengumpulan Data.....	30
1.6.5.3. Teknik Analisis Data.....	20
BAB II	22
KAJIAN TEORITIS	22
2.1. Manajemen Media	22
2.1.1. Pengertian Manajemen Media	22
2.1.2. Fungsi Manajemen Media.....	23
2.1.3. Hubungan Manajemen dengan Media Massa	40
2.1.4. Manajemen Redaksi.....	28
2.1.5. Manajemen Percetakan	31
2.1.6. Manajemen Iklan.....	35
2.1.7. Manajemen Bidang Permasaran.....	50
2.2. Surat Kabar	51
2.2.1. Definisi Surat Kabar.....	51
2.2.2. Karakteristik Surat Kabar.....	52
2.3. Strategi	54
2.3.1. Pengertian Stategi	54
2.3.2. Pentingnya Strategi	54
2.3.3. Sifat Strategi.....	41
2.3.4. Tipe-Tipe Strategi.....	56
2.4. Komunikasi Pemasaran	44
2.4.1. Sejarah Komunikasi Pemasaran.....	44
2.4.2. Komunikasi pemasaran terpadu.....	45
2.4.3. Strategi Pemasaran.....	60
2.5. Media Cetak	62
2.5.1. Pengertian Media Cetak	62
2.5.2. Peran Dan Fungsi Media Cetak	50
2.5.3. Jenis-Jenis Media Cetak.....	52
2.6. Eksistensi	54
2.6.1. Pengertian Eksistensi	54
2.6.2. Eksistensi Media	55
2.7. Globalisasi	72

2.7.1. Pengertian globalisasi	72
2.7.2. Strategi Menghadapi Globalisasi	60
BAB III	61
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
3.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	61
3.1.1. Profil Lokasi Penelitian	61
3.1.2. Visi dan Misi Perusahaan	62
3.1.3. Profil Pembaca	63
3.1.4. Struktur Perusahaan Kabar Priangan Tasikmalaya	80
3.1.5. Job Description Harian Umum Kabar Priangan Tasikmalaya	82
3.1.6. Daftar harga surat Kabar Priangan Tasikmalaya	90
3.1.7. Daftar Harga Iklan dan Spesifikasi Iklan	94
3.1.8. Profil Informan	80
3.2. Gambaran Hasil Penelitian	102
3.2.1. Strategi bidang Redaksi	105
3.2.2. Strategi Bidang Pracetak	109
3.2.3. Strategi Bidang Percetakan	111
3.2.4. Strategi Bidang Pemasaran dan Iklan	114
3.3. Pembahasan Hasil Penelitian	123
3.3.1. Strategi Bidang Redaksi	123
3.3.2. Strategi Bidang Pracetak	126
3.3.3. Strategi Bidang Percetakan	128
3.3.4. Strategi Bidang Pemasaran dan Iklan	131
BAB VI	135
PENUTUP	117
4.1. Kesimpulan	135
4.2. Saran	119
DAFTAR PUSTAKA	xiii i
LAMPIRAN	xx