

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar belakang	8
1.2 Fokus Penelitian	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Teoritis	13
1.4.2 Kegunaan Praktis	13
1.5 Landasan Pemikiran	13
1.5.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	13
1.5.2 Tinjauan Teoritis.....	22
1.5.2.1 Strategi Bisnis	22
1.5.2.2 Konsep Strategi Manajemen Surat Kabar	23
1.5.2.3 Teori Hirark Pengaruh Isi Media	25
1.5.2.4 Skema Penelitian	26
1.6 Langkah-langkah Penelitian	27
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	27
1.6.2 Paradigma Penelitian.....	27
1.6.3 Pendekatan Penelitian	28
1.6.4 Metode Penelitian.....	29
1.6.5 Jenis dan Sumber Data	30

1.6.6	Penentuan Informan	31
1.6.7	Teknik Pengumpulan Data.....	32
1.6.8	Teknik Penentuan Keabsahan Data.....	33
1.6.9	Teknik Analisis Data.....	34
1.7	Rencana Penelitian	36

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1	Pengertian dan Peran Media Cetak.....	37
2.1.1	Pengertian Dan Jenis-jenis Media Cetak.....	37
2.1.2	Sejarah Dan Perkembangan Media Cetak.....	40
2.1.3	Fungsi Dan Karakteristik Media Cetak.....	44
2.1.4	Peran Media Cetak Dalam Masyarakat.....	46
2.2	Konsep Strategi Bisnis Surat Kabar	48
2.2.1	Pengertian dan Konsep strategi.....	48
2.2.2	Kriteria Strategi di Pemasaran Surat Kabar	49
2.2.3	Strategi Komunikasi Dalam Mendukung Pemasaran.....	50
2.2.4	Komunikasi dan Strategi Bisnis	53
2.3	Konsep Strategi Manajemen Surat Kabar	55
2.3.1	Pengertian Manajemen Media Massa.....	55
2.3.2	Strategi Manajemen Media Cetak.....	57
2.3.3	Strategi Manajemen Surat Kabar	57
2.3.4	Evaluasi Strategi Manajemen	60
2.4	Teori Hirarki Pengaruh Isi Media	61
2.4.1	Sejarah dan Pengertian Teori Hirarki.....	61
2.4.2	Eksistensi Media di Masa Pandemi.....	62
2.4.3	Dampak Pandemi bagi Media Cetak.....	65
2.4.4	Implementasi Media Dalam Menghadapi Pandemi	65

BAB III HASIL PENELITIAN

3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	68
3.1.1	Sejarah Singkat Harian Umum Radar Bandung	68
3.1.2	Profil Harian Umum Radar Bandung	69
3.1.3	Data Manajemen Harian Radar Bandung	73

3.1.4 Visi Misi Harian Umum Radar Bandung.....	76
3.1.5 Logo dan Arti Lambang.....	77
3.1.6 Struktur Organisasi Harian Umum Radar Bandung	78
3.1.7 Job Description Radar Bandung	81
3.2 Profil Informan Penelitian	87
3.3 Hasil Penelitian Deskriptif Strategi Manajemen Surat Kabar	93
3.3.1 Hasil Penelitian Mengenai Strategi Bidang Redaksi Radar Bandung Dalam Menghadapi Situasi Pandemi	96
3.3.2 Hasil Penelitian Mengenai Strategi Bidang Percetakan Radar Bandung Dalam Menghadapi Situasi Pandemi	101
3.3.3 Hasil Penelitian Mengenai Strategi Bidang Pemasaran Radar Bandung Dalam Menghadapi Situasi Pandemi	104
3.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	108
3.4.1 Strategi Bidang Redaksi Harian Umum Radar Bandung	109
3.4.2 Strategi Bidang Percetakan Harian Umum Radar Bandung.....	111
3.4.3 Strategi Bidang Pemasaran Harian Umum Radar Bandung	113
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	
4.1 Kesimpulan.....	115
4.2 Saran	116
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG