

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
RIWAYAT HIDUP.....	xii
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.....	7
1.5 Landasan Pemikiran.....	8
1.5.1 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	8
1.5.2 Landasan Konseptual.....	13
1.6 Langkah-Langkah Penelitian.....	16
1.6.1 Objek Penelitian.....	16
1.6.2 Pendekatan Penelitian.....	17
1.6.3 Metode Penelitian.....	17

1.6.4 Jenis Dan Sumber Data.....	18
1.6.5 Penentuan Informan.....	19
1.6.6 Teknik Pengumpulan Data.....	20
1.6.7 Analisis Data Studi Kasus.....	22
Bab II Kajian Pustaka Tentang Strategi Manajemen Surat Kabar.....	24
2.1 Strategi	24
2.1.1 Pengertian Strategi.....	24
2.1.2 Tipe-Tipe Strategi.....	25
2.2 Manajemen.....	26
2.2.1 Pengertian Manajemen.....	26
2.2.2 Manajemen Bidang Redaksi.....	26
2.2.3 Manajemen Bidang Percetakan.....	29
2.2.4 Manajemen Bidang Iklan.....	30
2.2.5 Manajemen Bidang Pemasaran.....	36
2.3 Media Masa.....	41
2.3.1 Pengertian Media Massa.....	41
2.3.2 Jenis-Jenis Media Massa.....	42
2.3.3 Sejarah Media Massa Sebelum Tahun 1998.....	44
2.4 Media Cetak.....	47
2.4.1 Pengertian Media Cetak.....	47
2.4.2 Sejarah Media Cetak.....	48
2.4.3 Peran Dan Fungsi Media Cetak.....	51
2.4.4 Jenis-Jenis Media Cetak.....	53

2.5 Surat Kabar.....	55
2.5.1 Pengertian Surat Kabar.....	55
2.5.2 Sejarah Surat Kabar.....	56
2.5.3 Fungsi Surat Kabar.....	57
2.5.4 Karakteristik Surat Kabar.....	59
2.5.5 Sifat Surat Kabar.....	61
2.5.6 Jenis Surat Kabar.....	62
Bab III Hasil Penelitian Dan Pembahasan.....	65
3.1 Kondisi Objektivitas Radar Tasikmalaya.....	65
3.1.1 Sejarah Radar Tasikmalaya.....	65
3.1.2 Data Sirkulasi.....	67
3.1.3 Profil Pembaca.....	68
3.1.4 Struktur Perusahaan Surat Kabar Radar Tasikmalaya.....	70
3.1.5 Job Description Surat Kabar Radar Tasikmalaya.....	72
3.2 Hasil Penelitian.....	77
3.2.1 Strategi Manajemen Bidang Redaksi.....	78
3.2.2 Strategi Manajemen Bidang Iklan.....	84
3.2.3 Strategi Manajemen Bidang Percetakan.....	89
3.2.4 Strategi Manajemen Bidang Pemasaran.....	93
3.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	98
3.3.1 Strategi Manajemen Bidang Redaksi.....	98
3.3.2 Strategi Manajemen Bidang Iklan.....	101
3.3.3 Strategi Manajemen Bidang Percetakan.....	103

3.3.4 Strategi Manajemen Bidang Pemasaran.....	105
Bab IV Penutup.....	109
4.1 Kesimpulan.....	109
4.2 Saran.....	111

Daftar Pustaka

Lampiran

