

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
RIWAYAT HIDUP	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR BAGAN	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Penelitian.....	7
E. Tinjauan Terdahulu	8
F. Kerangka Pemikiran	12
G. Langkah-Langkah Penelitian.....	16
1. Lokasi Penelitian	16
2. Pendekatan Penelitian	16
3. Metode Penelitian	17

4. Informan	18
5. Teknik Pengumpulan Data	18
6. Teknik Analisis Data	20

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Strategi Manajemen Media Massa	22
1. Pengertian Strategi	22
2. Pengertian Manajemen	24
3. Pengertian Media Massa	25
B. Manajemen Media Massa.....	26
1. Manajemen Bidang Redaksi.....	33
2. Manajemen Bagian Iklan.....	43
3. Manajemen Bagian Percetakan	47
4. Manajemen Bidang Pemasaran	50
C. Majalah.....	54
1. Pengertian Majalah.....	54
2. Kategorisasi Majalah.....	55
3. Fungsi Majalah.....	57
4. Karakteristik Majalah	57
5. Majalah Bahasa Sunda	59

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Kondisi Objektif Lokasi Penelitian	61
1. Spesifikasi Majalah Manglé	61
2. Sejarah Berdirinya Majalah Manglé.....	62

3. Visi dan Misi Manglé	65
4. Logo Manglé	66
5. Prioritas Penyajian.....	67
6. Struktur Perusahaan Majalah Manglé	67
7. Job Description.....	70
B. Hasil Penelitian	74
1. Strategi Manajemen Media Bidang Redaksi	74
2. Strategi Manajemen Media Bagian Iklan	93
3. Strategi Manajemen Media Bagian Percetakan	100
4. Strategi Manajemen Media Bidang Pemasaran.....	105
C. Pembahasan.....	113
1. Strategi Manajemen Media Bidang Redaksi	113
2. Strategi Manajemen Media Bagian Iklan.....	125
3. Strategi Manajemen Media Bagian Percetakan	132
4. Strategi Manajemen Media Bidang Pemasaran.....	135
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	142
B. Saran.....	144
DAFTAR PUSTAKA.....	146
LAMPIRAN.....	149