

DAFTAR ISI

JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Praktis	11
1.4.2 Manfaat Teoritis	11
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 <i>Public Relations</i>	13
2.2 Fungsi <i>Public Relations</i>	14
2.3 Isu	15
2.4 Manajemen Isu.....	17
2.5 Model 7 Tahapan Manajemen Isu (Regester & Larkin, 2008)	18
2.6 Penelitian Terdahulu	22
2.6.1 Jurnal Nasional	22
2.6.2 Jurnal Internasional.....	27
2.6 Kerangka Pemikiran.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Metode Penelitian	35
3.1.1 Paradigma Penelitian	37

3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	38
3.2.1 Subjek Penelitian	38
3.2.2 Objek Penelitian	39
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.3.1 Data Premier	39
3.3.2 Data Sekunder.....	40
3.4 Informan Penelitian.....	40
3.5 Unit Analisis Penelitian	42
3.6 Teknik Analisis Data.....	43
3.6.1 Reduksi Data (<i>Data Reduction</i>)	44
3.6.2 Penyajian Data (<i>Data Display</i>)	44
3.6.3 Kesimpulan (<i>Conclusion Drawing/Verification</i>)	44
3.7 Teknik Keabsahan Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Hasil Penelitian.....	46
4.2 Pembahasan	72
BAB V PENUTUP	98
5.1 Kesimpulan.....	98
5.2 Saran	98
5.2.1 Saran Akademis	99
5.2.2 Saran Praktis	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN.....	104