

DAFTAR ISI

	Halaman
<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
PERNYATAAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah	6
1.3. Fokus Penelitian	7
1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian	7
1.5. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	7
BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Strategi	19
2.3. Hubungan Masyarakat	19
2.3.1. <i>Excellence Theory of Public Relations</i>	19
2.3.2. Pengertian Hubungan Masyarakat	22
2.3.3. Pengertian Hubungan Masyarakat Pemerintah dan BUMN	24

2.3.4.	Fungsi Pokok Humas Pemerintah Indonesia	25
2.3.5.	Penempatan dan Pemanfaatan PR di Organisasi	26
2.4.	Media Massa	27
2.4.1.	Jenis-Jenis Media Massa	28
2.5.	<i>Media Relation</i>	29
2.5.1.	Fungsi <i>Media Relation</i>	32
2.5.2.	Strategi Humas dalam Membangun Hubungan dengan Media (<i>media relation</i>)	33
2.5.3.	Aktifitas <i>Media Relation</i>	35
2.5.4.	Arus Komunikasi dalam <i>Media Relation</i>	40
2.5.5.	Tujuan dan Manfaat <i>Media Relation</i>	41
2.6.	Reputasi	42
2.6.1.	Definisi Reputasi	43
2.6.2.	Empat Sisi Reputasi	44
2.6.3.	Manfaat Reputasi Bagi Organisasi	45
2.7.	Kerangka Pemikiran	46
2.7.1.	Kerangka Pemikiran Peneliti	46
BAB III	METODE PENELITIAN	
3.1.	Paradigma Penelitian	47
3.2.	Tipe Penelitian	47
3.3.	Metode Penelitian	48
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	49
3.5.	Prosedur Pengumpulan Data	50
3.6.	<i>Key Informan</i>	52
3.7.	Analisa Data	53
3.8.	Pengecekan Keabsahan Data	55
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	56
4.1.1.	Profile SKK Migas	56

4.1.2.	Visi dan Misi SKK Migas	58
4.1.3.	Nilai-Nilai (<i>Core Value</i>) SKK Migas	59
4.1.4.	Struktur Organisasi SKK Migas	60
4.1.5.	Divisi Program dan Komunikasi SKK Migas	62
4.1.6.	Sumber Daya Manusia	66
4.1.7.	<i>Key Public</i>	67
4.1.8.	Bentuk dan Jenis <i>Media Relation</i>	68
4.1.9.	Kerangka Acuan Kerja Kunjungan Kerja dan Sarasehan Media	69
4.2.	Analisa Data	72
4.2.1.	Reputasi SKK Migas	73
4.2.2.	Pemahaman Industri Hulu Migas dan SKK Migas	75
4.2.3.	Posisi Kehumasan SKK Migas	76
4.2.4.	Media Relation	77
4.2.4.1	Pengiriman Siaran Pers	79
4.2.4.2	Konferensi Pers	82
4.2.4.3	<i>Media Gathering</i> dan <i>Press Tour</i>	83
4.2.4.4	Wawancara Khusus	89
4.3.	Pembahasan	90
4.3.1.	Reputasi Organisasi	90
4.3.2.	Posisi Kehumasan SKK Migas	91
4.3.3.	Strategi Pengiriman Siaran Pers dalam Reputasi Organisasi	93
4.3.4.	Strategi Konferensi Pers dalam Reputasi Organisasi	98
4.3.5.	Strategi <i>Media Gathering</i> dan <i>Press Tour</i> dalam Reputasi Organisasi	100
4.3.6.	Strategi Wawancara Khusus dalam Reputasi Organisasi	104
4.3.7.	Media Monitoring	108

BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1.	Kesimpulan	109
5.2.	Saran	114
DAFTAR PUSTAKA	116
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	121
LAMPIRAN	123

