

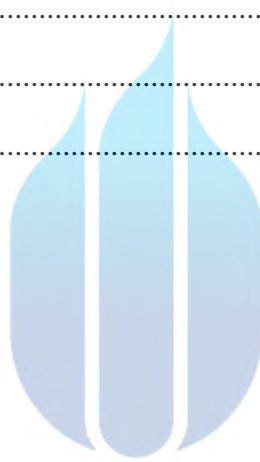
DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademis.....	8
1.4.2 Manfaat Sosial	8
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9

2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Kerangka Teori.....	21
2.2.1 Pengertian Analisis Wacana	21
2.2.2 Model Teun. A Van Dijk	23
2.2.3 Pengertian <i>Public Relations</i>	32
2.2.4 Citra Politik.....	33
2.2.5 Komunikasi Massa.....	35
2.2.6 New Media.....	39
BAB III.....	43
METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1. Paradigma Penelitian	43
3.2 Metode Penelitian.....	43
3.3 Teknik Pengumpulan Data	44
3.3.1 Data Primer	44
3.3.2 Data Sekunder.....	44
3.4 Unit Analisis.....	44
3.5 Teknik Analisis Data	45
BAB IV	46
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4. 1 Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.1.1 Sejarah Berdirinya detik.com	46
4.1.2 Visi dan Misi.....	48
4.1.3 Nilai Detik.com.....	49
4.1.4 Logo Detik.Com	43
4.1.5 Situs-situs Detik.com	43

4.2 Hasil Penelitian.....	53
4.3 Pembahasan	76
4.3.1 Kontribusi Penelitian Pada Keilmuan Public Relations	79
BAB V.....	81
KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran	82
5.2.1 Saran Akademik.....	82
5.2.2 Saran Praktis	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	



UNIVERSITAS
MERCU BUANA