

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.2.1 Rumusan Masalah Makro.....	5
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.3.1 Maksud Penelitian.....	5
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	6
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Tinjauan Penelitian.....	8
2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	8

2.2	Tinjauan Umum Tentang Ilmu Komunikasi	22
2.2.1	Pengertian Komunikasi	22
2.2.2	Tujuan komunikasi	24
2.2.3	Proses komunikasi	24
2.3	Tinjauan Tentang Humas	27
2.3.1	Pengertian Humas	27
2.3.2	Tijauan Tentang Aktivitas Humas.....	29
2.3.3	Tujuan Humas	30
2.3.4	Ruang Lingkup Humas	24
2.3.5	Media Humas	35
2.4	Tinjauan tentang Citra.....	36
2.4.1	Pengertian Citra.....	36
2.4.2	Jenis-Jenis Citra.....	36
2.5	Tinjauan Tentang Citra Perusahaan	41
2.5.1	Dimensi Citra Perusahaan <i>Corporate Image</i>	42
2.6	Pengertian Media Massa	43
2.6.1	Tinjauan tentang Media Massa Online.....	44
2.6.2	Karakteristik Media Online	44
2.6.3	Fungsi dan Manfaat Media Online.....	47
2.6.4	Jenis-Jenis Media Online dan Contohnya	47
2.6.5	Kelebihan dan Kekurangan Media Online	48
2.6.5.1	Kelebihan Media Online	48
2.6.5.2	Kekurangan Media Online	48

2.7 Pemberitaan Media Massa	49
2.7.1 Jenis-jenis Pemberitaan Media Massa.....	50
2.7.2 Nilai Pemberitaan Media Massa	52
2.8 Kerangka Pemikiran.....	54
BAB III METODE PENELITIAN	55
3.1 Metode Penelitian	55
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	56
3.3 Informan Penelitian.....	57
3.3.1 Subjek Penelitian	57
3.3.2 Teknik Penentuan Informan	57
3.4 Data dan Sumber Data	58
3.4.1 Data Primer	59
3.4.2 Data Sekunder	59
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.5.1 Studi Literatur	60
3.5.2 <i>In Depth Interview (Semi structure Interview)</i>	60
3.6 Teknik Analisis Data.....	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	64
4.1 Objek Penelitian.....	64
4.1.1 Sejarah Perusahaan Tokopedia.....	64
4.2 Hasil Penelitian	65
4.2.1 Pesan yang disampaikan oleh Perusahaan Tokopedia Pasca Pemberitaan Flashsale di Media Online Detik.com	66

4.2.2	Kritik yang disampaikan oleh Perusahaan Tokopedia Pasca Pemberitaan Flashsale di Media Online Detik.com	68
4.2.3	Evaluasi yang disampaikan oleh Perusahaan Tokopedia Pasca Pemberitaan Flashsale di Media Online Detik.com	69
4.3	Hasil Pembahasan	70
4.3.1	Pesan Mengenai Pemberitaan Program <i>Flashsale</i> Yang Ditampilkan Oleh Pihak Detik.com	73
4.3.2	Kritik Mengenai Pemberitaan Program <i>Flashsale</i> Yang Ditampilkan Oleh Pihak Detik.com	72
4.3.3	Evaluasi Mengenai Citra Perusahaan Tokopedia Pasca Pemberitaan Program <i>Flashsale</i>	77
4.3.4	<i>Common Product, Attributes, Benefits or Attitudes</i>	79
4.3.5	<i>People and Relationship</i>	80
4.3.6	<i>Value and Programs</i>	81
4.3.7	<i>Corporate Credibility</i>	82
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		87
5.1	Simpulan	87
5.2	Saran	88
DAFTAR PUSTAKA		89
LAMPIRAN		
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		