## DAFTAR ISI


HALAMAN JUDUL ..... i

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ..... ii

PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... iii

PERSETUJUAN TIM PENGUJI ..... iv

MOTTO DAN PERSEMBAHAN ..... v

KATA PENGANTAR ..... vi

ABSTRAK ..... viii

DAFTAR ISI ..... ix

DAFTAR BAGAN ..... xi

BAB 1 PENDAHULUAN ..... 1

A. Latar Belakang ..... 1
B. Rumusan Masalah ..... 5
C. Tujuan Penelitian ..... 5
D. Manfaat Penelitian ..... 5
E. Penelitian Terdahulu ..... 6
F. Definisi Konsep ..... 10
G. Kerangka Pikir Penelitian ..... 14
H. Metode Penelitian ..... 18
   1. Subyek dan Lokasi Penelitian ..... 20
   2. Teknik Pengumpulan Data ..... 24
   3. Teknik Anaisis Data ..... 26
I. Sistematika Pembahasan ..... 29

BAB II KAJIAN TEORITIS ..... 31

A. Kajian Pustaka ..... 31
   1. Strategi ..... 31
      a. Pengertian Strategi ..... 31
   2. Komunikasi Bisnis ..... 32
      a. Pengertian Komunikasi Bisnis ..... 32
      b. Ruang Lingkup Komunikasi Bisnis ..... 34
      c. Bentuk Komunikasi ..... 36
      d. Fungsi dan Tujuan Komunikasi Bisnis ..... 43




digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. Jenis-jenis Komunikasi Bisnis ..... 46
f. Proses Komunikasi Bisnis..... 49
g. Pola Komunikasi Binis ..... 51
3. Perencanaan Pesan Bisnis ..... 55
4. Penentuan Ide Pokok..... 57
5. Gaya Kepemimpinan ..... 61
B. Kajian Teori ..... 63

BAB III PAPARAN DATA PENELITIAN ..... 67

A. Profil Data ..... 67
1. Profil Informan ..... 67
2. Profil Majalah Surabaya City Guide..... 71
3. Objek Penelitian ..... 74
4. Lokasi Penelitian ..... 74
B. Deskripsi Hasil ..... 61
1. Sistem Kerja Antar Bagian di Majalah Surabaya City Gui..... 75
2. Proses Pemilihan Berita di Majalah Surabya City Guide..... 82
3. Desain dan Konten Majalah Surabaya City Guide ..... 85
4. Distribusi dan Income Majalah Surabaya City Guide ..... 87

BAB IV INTERPRETASI HASIL PENELITIAN ..... 92

A. Analisis Data ..... 92
1. Komunikasi Manajerial Antar Tim Kerja ..... 92
2. Aplikasi Sistem Menarik Perusahaan Dengan Komunikasi Persuasif... 96
3. Keuntungan usaha Sebagai Motor Komunikasi Bisnis..... 82
B. Konfirmasi dengan Teori ..... 100

BAB V PENUTUP ..... 107

A. Kesimpulan ..... 107
B. Rekomendasi ..... 110

DAFTAR PUSTAKA
BIODATA PENULIS
LAMPIRAN-LAMPIRAN



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

# DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Pikir Penelitian ..... 16



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id