

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR BAGAN.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
<b>BAB I</b>	<b>PENDAHULUAN</b>
A.	Latar Belakang Masalah..... 1
B.	Rumusan Masalah..... 5
C.	Tujuan Penelitian..... 5
D.	Manfaat Penelitian..... 6
E.	Definisi Konsep..... 7
F.	Sistematika Pembahasan..... 8
<b>BAB II</b>	<b>KAJIAN TEORITIK</b>
A.	Kajian Pustaka
1.	<i>Public Relations</i> ..... 10
2.	Tujuan <i>Public Relations</i> ..... 11
3.	Fungsi <i>Public Relations</i> ..... 18
4.	<i>Press Release</i> sebagai Alat <i>Public Relation</i> ..... 19
5.	Jenis-jenis <i>Press Release</i> ..... 20
6.	Analisis Wacana.....
a.	Pengertian Wacana..... 21
b.	Ciri dan sifat wacana..... 22
c.	Konteks Wacana..... 22
d.	Analisis Wacana..... 23
e.	Analisis Wacana Kritis..... 26
B.	Kajian Teoritik
1.	Pencitraan..... 27
2.	Teori Persamaan Media..... 28
C.	Penelitian Terdahulu yang Relevan..... 28
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>
A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian..... 31
B.	Unit Analisis..... 33
C.	Jenis & Sumber Data..... 33
D.	Teknik Pengumpulan Data ..... 34
E.	Tahapan Penelitian ..... 34

<b>BAB 1V</b>	<b>PENYAJIAN DATA</b>	
	A. Setting Penelitian	
	1. Profil Astra Honda Motor.....	41
	2. Profil Yamaha Motor Indonesia.....	45
	B. Penyajian Data.	
	1. Perbandingan Struktur Tematik, Skematik, Stilistik, Sintaksis, Retoris <i>Press Release</i> Astra Honda Motor dan Yamaha Motor Indonesia.....	48
	2. Strategi .....	79
	C. Analisis Data	
	1. Temuan.....	86
	2. Konfirmasi Temuan dan Teori.....	86
<b>BAB VI</b>	<b>PENUTUP</b>	
	A. Kesimpulan.....	90
	B. Saran.....	93

**DAFTAR PUSTAKA**

**Lampiran -Lampiran**