

# DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR — iii

DAFTAR ISI — v

BAB I **STRATEGI KOMUNIKASI SEBAGAI ILMU** — 1

A. Kajian Lahirnya Sebuah Keilmuan — 1

B. Pengertian Strategi Komunikasi — 4

C. Pemaknaan Strategi Komunikasi — 6

BAB II **SIFAT DAN BENTUK STRATEGI KOMUNIKASI** — 9

A. Sifat Strategi Komunikasi — 10

B. Bentuk Strategi Komunikasi — 11

BAB III **KOMPONEN DAN INDIKATOR STRATEGI KOMUNIKASI** — 31

A. *Who?* (Siapakah Komunikatornya) — 32

B. *Says What?* (Pesan Apa yang Dinyatakannya) — 33

C. *In Which Channel?* (Media Apa yang Digunakannya) — 33

D. *To Whom?* (Siapa Komunikannya) — 34

E. *With What Effect?* (Efek Apa yang Diharapkan) — 34

	F. Lingkungan Komunikasi	— 35
	G. Aturan Tata Organisasi	— 35
	H. Visi dan Misi	— 36
	I. Tujuan, Sasaran, dan Target Komunikasi	— 36
	J. Program Kerja dan Kegiatan Organisasi	— 37
	K. Model Kepemimpinan yang Diterapkan	— 37
	L. Prosedur dan Kebijakan yang Dimiliki	— 38
	M. Infrastruktur Komunikasi	— 38
	N. Pembiayaan Komunikasi	— 39
	O. Pemberdayaan SDM Komunikasi	— 39
	P. Dampak Praktik Komunikasi Organisasi yang Diterapkan	— 39
	Q. Pengembangan Hasil Praktik Strategi Komunikasi	— 40
	R. Penyebarluasan Hasil Praktik Strategi Komunikasi	— 40
<b>BAB IV</b>	<b>MANAJEMEN STRATEGIS DALAM KOMUNIKASI</b>	<b>— 43</b>
	A. Manajemen Strategis dalam Kepemimpinan Komunikasi yang Efektif	— 45
	B. Tahapan dalam Manajemen Strategis (Fred R. David, 2004:6-7)	— 46
	C. Elemen-Elemen Strategi Komunikasi	— 47
	D. Strategi Komunikasi dalam Manajemen Perilaku Organisasi	— 51
	E. Struktur Organisasi dan <i>Setting</i> Komunikasi	— 52
<b>BAB V</b>	<b>MANAJEMEN MASYARAKAT KAMPUS DIGITAL</b>	<b>— 53</b>
	A. Komunikasi Digital Civitas Pendidikan Tinggi	— 55
	B. Direktorat Teknologi Informasi dan Komunikasi sebagai Solusi	— 57
	C. Layanan Perpustakaan Digital	— 59
	D. Pelayanan Jarak Jauh <i>E-library</i>	— 60

<b>BAB VI</b>	<b>GENERASI STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL</b>	<b>— 61</b>
	A. Terlahir dari Kaum Intelek dan Akademisi	— 61
	B. Kebangkitan Ilmu Komunikasi Fase IV	— 62
<b>BAB VII</b>	<b>MODEL-MODEL STRATEGI KOMUNIKASI</b>	<b>— 69</b>
	A. Media Iklan Lini Atas (Massa Luar Ruang)	— 71
	B. Aplikasi Penggunaan Media Massa	— 75
<b>BAB VIII</b>	<b>STRATEGI KOMUNIKASI DI PERGURUAN TINGGI</b>	<b>— 95</b>
<b>BAB IX</b>	<b>IMPLEMENTASI STRATEGI KOMUNIKASI</b>	<b>— 99</b>
	A. Analisis Kebutuhan (Analysis)	— 99
	B. Desain (Design)	— 101
	C. Pengembangan ( <i>Development</i> )	— 104
	D. Implementasi ( <i>Implementation</i> )	— 105
	E. Evaluasi ( <i>Evaluation</i> )	— 106
<b>BAB X</b>	<b>PERKEMBANGAN STRATEGI KOMUNIKASI DI MASYARAKAT</b>	<b>— 107</b>
	A. <i>Who</i> (Siapa Komunikatornya?)	— 107
	B. <i>Says What</i> (Mengatakan Apa?)	— 109
	C. <i>In Which Channel</i> (Media Apa yang Digunakan?)	— 113
	D. <i>To Whom</i> (Siapa Komunikannya?)	— 113
	E. <i>With What Effect</i> (Efek Apa Yang Diharapkan?)	— 114
	F. Strategi Komunikasi dalam Menghadapi Era Global	— 114
<b>BAB XI</b>	<b>STRATEGI KOMUNIKASI DALAM ERA GLOBAL</b>	<b>— 117</b>
	A. Telaah Strategi Komunikasi Efektif	— 117
	B. Contoh Formulasi Model Sistem Digital Strategi Komunikasi Kebijakan di Sebuah Lembaga Pendidikan Tinggi di Indonesia	— 120

**BAB XII PRODUK STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL DI LEMBAGA PENDIDIKAN — 123**

- A. Dasar Pemikiran Sistem Informasi Terpadu — 123
- B. Manual SIT-UPI — 124

**DAFTAR PUSTAKA — 149**

**GLOSARIUM — 153**

**INDEKS — 161**

**TENTANG PENULIS — 163**

**BAB IV MANAJEMEN STRATEGIS DALAM KOMUNIKASI**

- A. Manajemen Strategis dalam Kepemimpinan
- B. Tahapan Manajemen
- C. in Which Channel (Media Apa yang Digunakan?)
- D. To Whom (Siapa Komunikasi?)
- E. With What Effect (Efek Apa yang Diharapkan?)
- F. Strategi Komunikasi dalam Menghadapi Era Global

**BAB V MANAJEMEN MASYARAKAT KAMPUS DIGITAL**

- A. Komunikasi dalam Era Global
- B. Disruptor Teknologi Komunikasi
- C. Contoh Formulasi Model Sistem Digital Strategi
- D. Tingkat-tingkat Komunikasi