

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	2
1.1. Latar Belakang Penelitian	2
1.2. Fokus Penelitian	15
1.3. Identifikasi Masalah	15
1.4. Tujuan Penelitian	16
1.5. Manfaat Penelitian	16
1.5.1. Manfaat teoritis/akademis	16
1.5.2. Manfaat praktis	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1. Penelitian Terdahulu	14
2.1.1. Review Penelitian Sejenis Terdahulu	14
2.1.2. Tabel Review Penelitian Sejenis Terdahulu	20
2.2. Analisis Resepsi	24
2.3. <i>New Media</i>	27
2.3.1. Definisi <i>New Media</i>	27
2.3.2. Audiens <i>New Media</i> dan Klasifikasi Generasi	30
2.3.3. <i>YouTube</i>	34
2.3.4. <i>Video Blogging (VLOG)</i>	35

2.4. <i>Public Relations</i> dan <i>Personal Branding</i>	37
2.4.1. Konsep <i>Public Relations</i> dan <i>PR 2.0</i>	37
2.4.2. Konsep <i>Personal Branding</i>	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	46
3.1. Paradigma Penelitian.....	46
3.2. Tipe Penelitian	47
3.3. Metode Penelitian.....	48
3.4. Subyek Penelitian.....	49
3.5. Teknik Pengumpulan Data	51
3.6. Teknik Analisis Data.....	52
3.7. Teknik Analisis Keabsahan Data.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	55
4.2. Hasil Penelitian	60
4.3. Pembahasan.....	88
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	96
5.1. Simpulan	96
5.2. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	105

UNIVERSITAS
MERCU BUANA