

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	
KATA PENGANTAR	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	v
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Identifikasi Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.5.1 Manfaat Akademis	8
1.5.2 Manfaat Praktis	9
1.5.3 Manfaat Sosial.....	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Sebelumnya	10
2.2 Komunikasi	15
2.2.1 Tujuan Komunikasi.....	18
2.2.2 Proses Komunikasi.....	19
2.2.3 Bentuk-bentuk Komunikasi	21
2.3 <i>New Media</i>	22
2.3.1 Karakteristik Media Baru.....	23
2.3.2 <i>Instant Messaging</i>	26
2.3.3 <i>LINE</i>	29
2.4 <i>Public Relations</i>	32
2.4.1 Fungsi dan Peran <i>Public Relations</i>	34

2.5	Koordinasi	36
2.6	Kerja Sama	39
2.7	Komunitas	40
2.8	Orange Media	42
2.9	Teori Jaringan Dalam Komunikasi Organisasi.....	43
BAB III		48
METODELOGI PENELITIAN		48
3.1	Paradigma Penelitian	48
3.2	Tipe Penelitian.....	50
3.3	Metode Penelitian	50
3.4	Subyek Penelitian	52
3.5	Teknik Pengumpulan Data	54
3.5.1	Data Primer	54
3.5.2	Data Sekunder	57
3.6	Teknik Analisa Data	57
3.7	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	58
BAB IV		60
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		60
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	60
4.1.1	Sejarah Orange Media.....	60
4.1.2	Logo Orange Media	62
4.1.3	Visi	62
4.1.4	Misi	62
4.1.5	Fokus Minat Bakat Club	62
4.1.6	Sturktur Organisasi	63
4.2	Hasil Penelitian.....	64
4.2.1	Penggunaan New Media Instant Messaging LINE dalam Menunjang Koordinasi dan Kerja Sama Pengelola	65
4.2.2	Komunitas Orange Media Memanfaatkan New Media Instant Messaging LINE Sebagai Alat Berkoordinasi Sesama Anggota.....	68
4.2.3	Pesan-Pesan yang Diinformasikan oleh Komunitas Orange Media Menggunakan New Media Instant Messaging LINE	69
4.2.4	Proses Komunikasi Dalam Penyampaian Pesan Melalui Aplikasi Instant Messaging LINE	71

4.2.5	Kendala dan Hambatan yang ada dari Proses Koordinasi dan Penyampaian Pesan Melalui Instant Messaging LINE.....	77
4.3	Pembahasan	79
4.3.1	Penggunaan New Media Instant Messaging LINE Dalam Menunjang Kerja Sama Anggota.....	81
4.3.2	Komunitas Orange Media Memanfaatkan New Media Instant Messaging LINE Sebagai Alat Berkoordinasi Sesama Anggota.....	83
4.3.3	Pesan yang dikomunikasikan oleh Pimpinan Umum dan Anggota Orange Media Dalam Instant Messing Grup LINE	90
4.3.4	Proses Komunikasi Dalam Penyampaian Pesan Melalui Media Baru Grup LINE	92
4.3.5	Hambatan yang ada dari Proses Koordinasi dan Berkomunikasi melalui Media Baru Grup LINE	93
BAB V	96
KESIMPULAN DAN SARAN.....		96
5.1	Kesimpulan.....	96
5.2	Saran	98
5.2.1	Saran Akademis	98
5.2.2	Saran Praktis	98
DAFTAR PUSTAKA		100
Sumber Internet		103
Jurnal:		104
LAMPIRAN		