

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	v
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	vi
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Fokus Penelitian	7
1.3. Identifikasi Masalah	7
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	8
1.5.1. Manfaat Akademis	8
1.5.2. Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Kajian Teoritis	14
2.2.1. Komunikasi	14
2.2.2. New Media	15
2.2.2.1. Karakteristik New Media	18
2.2.2.2. New Social Media	20
2.2.2.3. Komunikasi Publik Melalui New Media	21
2.2.3. YouTube	24
2.2.4. Web Series	26
2.2.5. Produser	28

	2.2.6. Peran Produser	29
	2.2.7. Kerangka Pemikiran	34
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
	3.1. Paradigma Penelitian.....	35
	3.2. Tipe Penelitian	36
	3.3. Metode Penelitian.....	36
	3.4. Subjek Penelitian.....	38
	3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	40
	3.5.1. Data Primer	40
	3.5.2. Data Sekunder.....	41
	3.6. Teknik Analisis Data.....	41
	3.7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	44
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	47
	4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	47
	4.1.2. Visi, Misi dan Logo Perusahaan.....	48
	4.1.3. Produk-produk Wahana Honda	49
	4.2. Hasil Penelitian	49
	4.2.1. Peran Produser Pada Proses Pra Produksi	57
	4.2.2. Peran Produser Pada Proses Produksi	62
	4.2.3. Peran Produser Pada Proses Paska Produksi	64
	4.3. Pembahasan.....	68
	4.3.1. Kerangka Pemikiran.....	73
BAB V	PENUTUP	
	5.1. Kesimpulan.....	74
	5.2. Saran.....	75
	5.2.1. Saran Akademis	75
	5.2.2. Saran Praktis	76
	DAFTAR PUSTAKA	
	LAMPIRAN	
	CV	