

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Akademis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kajian Teoritis	11

2.2.1 Definisi Komunikasi.....	11
2.2.1.1 Proses Komunikasi.....	11
2.2.2 Media Massa.....	12
2.2.3 New Media.....	13
2.2.3.1 Definisi New Media.....	13
2.2.3.2 Karakteristik New Media.....	14
2.2.4 Strategi Manajemen Penyiaran.....	18
2.2.5 Strategi Manajemen Penyiaran (Konsep POAC).....	19
2.2.6 Youtube Sebagai New Media.....	22
2.2.6.1 Definisi New Media.....	22
2.2.6.2 Kelebihan dan Kekurangan Youtube.....	23
2.2.6.3 Kategori Konten Youtube.....	25
2.2.6.5 Headline.....	27

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian.....	30
3.2 Metode Penelitian.....	31
3.3 Subyek Penelitian.....	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.4.1 Data Primer.....	33
3.4.2 Data Sekunder.....	34
3.5 Teknik Analisis Data.....	35
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Objek Penelitian	38
4.1.1 Hotman Paris Show	42
4.1.2 Profil Informan	45
4.2 Hasil Penelitian	46
4.2.1 <i>Planning</i> (Perencanaan).....	47
4.2.2 <i>Organizing</i> (Perorganisasian)	52
4.2.3 <i>Actuating</i> (Pelaksanaan)	53
4.2.4 <i>Controlling</i> (Pengawasan).....	60
4.3 Pembahasan.....	62
4.3.1 <i>Planning</i> (Perencanaan).....	64
4.3.2 <i>Organizing</i> (Perorganisasian)	64
4.3.3 <i>Actuating</i> (Pelaksanaan)	65
4.3.4 <i>Controlling</i> (Pengawasan).....	66
BAB V PENUTUPAN	
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	75
CURICULUM VITAE	86