

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERNYATAAN	vi
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	10
1.3. Maksud dan Tujuan penelitian	12
1.3.1. Maksud Penelitian	12
1.3.2. Tujuan Penelitian	12
1.4. Signifikansi Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	14
2.1. Kajian Penelitian Terdahulu	14
2.2. Tinjauan Teoritis	24
2.2.1. Makna	24
2.2.2. Media Baru Membentuk Ruang Publik <i>Virtual</i>	25
2.2.3. Pengungkapan Diri (<i>Self Disclosure</i>)	29
2.2.4. Pengungkapan Diri dalam Proses Komunikasi Antar-Pribadi.....	32
2.2.5. Pengungkapan Diri dalam Teori Pengurangan	

	Ketidakpastian Charles Berger	33
	2.2.6. Media Masa dan Tindakan Komunikasi Manusia ...	35
	2.2.7. Media Sosial sebagai Media Baru.....	38
	2.2.8. Analisis Semiotika Komunikasi.....	39
	2.2.8.1. Charles Sander Peirce.....	41
	2.2.8.2. Ferdinand De Saussure.....	42
	2.2.8.3. Roland Barthes.....	43
	2.2.8.4. Baudrillard.....	44
	2.2.8.5. J. Derrida.....	45
	2.2.8.6. Umberto Eco.....	47
	2.2.7.7. Ogden & Richard.....	48
	2.3. Alur Kerangka Pemikiran	49
BAB III	METODE PENELITIAN	50
	3.1. Objek Penelitian	50
	3.2. Paradigma Penelitian	50
	3.3. Jenis Penelitian	51
	3.4. Metode Penelitian.....	52
	3.5. Unit Analisis.....	56
	3.6. Teknik Pengumpulan Data	56
	3.6.1. Data Primer	56
	3.6.2. Data Sekunder	57
	3.7. Teknik Analisi Data	57
	3.8. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	59
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
	4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	61
	4.2. Tampilan Facebook.....	64
	4.3. Hasil Penelitian.....	68

4.3.1.	Deskripsi Laman <i>News Feed</i> Ungahan Status.....	68
4.3.2.	Analisis Semiotika Charles S. Peirce	72
4.4.	Pembahasan.....	117
4.4.1.	Model Pergeseran Makna Ruang Pengungkapan Diri dalam Penggunaan Facebook.....	118
4.4.2.	Ikon, Indeks, dan Simbol dalam Unggahan Status..	121
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	126
5.1.	Kesimpulan	126
5.1.1.	Unggahan Status Facebook sebagai Tindakan Komunikasi	126
5.1.2.	Moment Istimewa Sering Ditampilkan di Facebook.....	128
5.1.3.	Makna Pengungkapan Diri dan Pergeseran Ruang Pengungkapan Diri.....	130
5.2.	Saran	135
DAFTAR PUSTAKA		137

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Kajian Penelitian Terdahulu	17
Tabel 4.1	Analisis SWOT Pemasaran Iklan Bulit In di Program Liputan 6 ..	89

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Alat Pemasaran Pada Setiap P	28
Gambar 2.2	IMC	35
Gambar 2.3	Bagan Kerangka Pemikiran Penelitian	48
Gambar 4.1	Logo Awal SCTV	58
Gambar 4.2	Logo SCTV	60
Gambar 4.3	Logo Liputan 6	60
Gambar 4.4	Program Berita Liputan 6	61
Gambar 4.5	Program Dokumenter Potret Liputan 6 SCTV	62
Gambar 4.6	Program Investigasi SIGI Liputan 6 SCTV	62
Gambar 4.7	Indeks Kualitas Program Siaran Televisi	63
Gambar 4.8	Struktur Organisasi PT Surya Citra Televisi	65

Gambar 4.9	Rapat Tim kreatif Liputan 6 SCTV	70
Gambar 4.10	Program Spesial Liputan 6 Awards	71
Gambar 4.11	Program Spesial Pesona Gerhana 2016	71
Gambar 4.12	Program Spesial Ekspedisi Sejuta Terumbu Karang	72
Gambar 4.13	Siaran Langsung Laporan Arus Mudik Lebaran	72
Gambar 4.14	Contoh <i>Creative Item Template</i>	74
Gambar 4.15	Contoh <i>Creative Item Squeez. Frame</i>	75
Gambar 4.16	Contoh <i>Creative Item Running Text</i>	75
Gambar 4.17	Contoh Iklan <i>Super Impose</i>	76
Gambar 4.18	Presentasi Program Info Kesehatan	78
Gambar 4.19	Presentasi Program Destinasi	78
Gambar 4.20	Presentasi Program Jelajah Kuliner	79
Gambar 4.21	Proses Pembuatan Naskah Paket Iklan Built In	80
Gambar 4.22	Proses Editing Paket Iklan Built In	80
Gambar 4.23	Flowchart Proses Pemasaran Iklan Built In Program Liputan 6....	85
Gambar 4.24	Tampilan Segmen Info Kesehatan pada program Liputan 6	96
Gambar 4.25	Tampilan presenter Info Kesehatan pada program Liputan 6	96
Gambar 4.26	Tampilan <i>super impose</i> dalam segmen Info Kesehatan	97
Gambar 4.27	Tampilan produk di <i>opening</i> dan <i>closing bumper</i> segmen Info Kesehatan	97
Gambar 4.28	Paket Jelajah Kuliner Iklan Built In Produk Susu	102
Gambar 4.29	Paket Info Kesehatan Produk Obat Semprot Serangga	102



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Wawancara dengan Informan Satu	113
Lampiran 2 Hasil Wawancara dengan Informan Dua	116
Lampiran 3 Hasil Wawancara dengan Informan Tiga	120

MERCU BUANA