

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Persetujuan Sidang Tesis	ii
Lembar Tanda Lulus Sidang	iii
Lembar Pengesahan Perbaikan Sidang Tesis	iv
Lembar Pengesahan Tesis	v
Lembar pernyataan	vi
Kata Pengantar	vii
Abstrak	ix
Abstract	x
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xv
Daftar Gambar	xvi
Daftar Lampiran	xvii

BAB I Latar Belakang

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Signifikasi Penelitian	13
1.4.1 Signifikasi Akademis	13
1.4.2 Signifikasi Praktis	14

BAB II Kajian Pustaka dan Kerangka Pemikiran

2.1 Penelitian Terdahulu	15
2.2 Kajian Teoritis	24

2.2.1 Strategi	24
2.2.2 Pemasaran	26
2.2.3 Komunikasi Pemasaran.....	27
2.2.4 Segmentasi, Targeting, Positioning	33
2.2.5 New Media.....	35
2.2.6 YouTube.....	41
2.2.7 Instagram.....	44
2.2.8 Audiens	48
2.2.9 Karakteristik Audiens.....	49
2.2.10 Konsep Audiens	50
2.2.11 Tipe Audiens	53
2.2.12 Jenis-Jenis Audiens	54
2.2.13 Loyalitas.....	55
2.3 Kerangka Berfikir	56



BAB III Metode Penelitian

3.1 Objek Penelitian	59
3.2 Paradigma Penelitian	59
3.3 Metode Penelitian	61
3.4 Key Informan	63
3.5 Teknik Pengumpulan Data	65

3.6 Teknik Analisis Data	65
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	66

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil PT. Rajawali Citra Televisi	68
4.1.1 Visi, Misi, Pilar Utama	70
4.1.1.1 Visi	70
4.1.1.2 Misi	71
4.1.1.3 Pilar Utama	71
4.1.2 Logo RCTI	71
4.1.3 Sejarah Divisi Digital	72
4.1.3 Struktur Organisasi Divisi Digital	73
4.2 Hasil Penelitian	76
4.3 Pembahasan	95



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	99
B. Saran	102

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

