

## 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



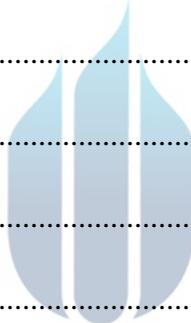
### **BAB I Latar Belakang**

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	13
1.4 Signifikansi Penelitian .....	13
1.4.1 Signifikansi Akademis .....	13
1.4.2 Signifikansi 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 Berpikir .....	56



**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

### **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**

