

DAFTAR ISI

Cover.....	i
Lembar Pengesahan.....	ii
Abstrak.....	i
Kata Pengantar.....	iii
Daftar Isi.....	v
Daftar Gambar.....	viii
Daftar Tabel.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Tahapan Penelitian.....	8
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Tinjauan Teori.....	14
2.2.1 Komunikasi.....	14
2.2.2 Media.....	17
2.2.3 <i>New Media</i>	17
2.2.4 Media Sosial.....	19
2.2.4.1 Jenis-Jenis Media Sosial.....	20
2.2.5 Youtube.....	20
2.2.5.1 Pengertian Youtube.....	20
2.2.3.2 Karakteristik Youtube.....	21
2.2.6 <i>Computer Mediated Communication</i>	23
2.2.6.1 <i>Internet Usage for Communication Objectives</i>	25
2.2.6.2 Keuntungan Menggunakan Internet.....	27
2.2.7 Studi Kasus.....	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	

3.1 Paradigma Penelitian.....	30
3.2 Metode Penelitian.....	31
3.3 Subjek Dan Objek Penelitian.....	33
3.3.1 Subjek Penelitian.....	33
3.3.2 Objek Penelitian.....	33
3.4 Definisi Konsep.....	33
3.5 Unit Analisis.....	35
3.6 Informan Penelitian.....	36
3.7 Pengumpulan Data.....	38
3.7.1 Data Primer.....	38
3.7.2 Data Sekunder.....	38
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	38
3.9 Teknik Analisis Data.....	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Informan.....	42
4.2 Hasil Penelitian.....	44
4.2.1 Mensosialisasikan SAE Institute Jakarta.....	44
4.2.2 Tahapan Sosialisasi SAE Institute Jakarta.....	46
4.2.2.1 Penggunaan Media Sosial di SAE Institute Jakarta.....	46
4.2.2.2 Alasan Pemilihan Media Sosial.....	48
4.2.2.3 Pemilihan Menggunakan Media Sosial Youtube.....	50
4.2.2.4 Aktivitas Youtube SAE Institute Jakarta.....	53
4.2.2.4.1 Penonton Youtube SAE Institute Jakarta.....	53
4.2.2.4.2 Pengunggahan Video Youtube SAE Institute Jakarta.....	54
4.2.2.5 Konten Youtube SAE Institute Jakarta.....	55
4.2.2.5.1 Event and Testimonial Project.....	56
4.2.2.5.2 Collaboration Project.....	59
4.2.2.5.3 Student Project.....	62
4.2.2.6 Penggunaan youtube bagi SAE Institute Jakarta.....	63

4.3 Pembahasan.....	65
4.3.1 Sosialisasi SAE Institute Jakarta Melalui Media Sosial Youtube.....	65
4.3.1.1 Target Pemasaran.....	65
4.3.1.2 Kemampuan Interaktif.....	67
4.3.1.3 Kreativitas.....	68
4.3.1.4 Speed.....	68
4.3.2 Keuntungan Menggunakan Youtube.....	68
4.3.2.1 Informatif.....	68
4.3.2.2 Cost Effective.....	68
4.3.2.3 Potensial.....	69
4.3.2.4 Praktis dan Lengkap.....	69
4.3.2.5 Shareable.....	69
4.3.3 Mensosialisasikan SAE Institute Jakarta Melalui Youtube.....	70
4.3.3.1 Proses Produksi Youtube SAE Institute Jakarta.....	70
4.3.3.1.1 Proses Event and Project Testimonial.....	70
4.3.3.1.2 Proses Collaboration Project.....	71
4.3.3.1.3 Proses Student Project.....	73
BAB V PENUTUP	
5.1 Simpulan.....	78
5.2 Saran.....	79
Daftar Pustaka.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Youtube SSR Jakarta.....	3
Gambar 1.2 Youtube IDS.....	3
Gambar 1.3 Youtube SAE Jakarta.....	4
Gambar 1.4 Komentar Pengguna terhadap video SAE Institute Jakarta.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 3.1 Triangulasi Teknik.....	36
Gambar 3.2 Teknis Analisis Data.....	36
Gambar 4.1 Logo SAE Institute Jakarta.....	44
Gambar 4.2 Kampus SAE Institute Jakarta.....	45
Gambar 4.3 Halaman Youtube SAE Institute Jakarta.....	50
Gambar 4.4 Video Astrid ft. Gamaliel – Stay Cover.....	53
Gambar 4.5 Testimonial Cara Gately sebagai Animator.....	56
Gambar 4.6 Testimonial Chelsea Islan Sebagai Student Film Production.....	57
Gambar 4.7 Liputan event OpenHouse di SAE Institute Jakarta.....	58
Gambar 4.8 Screenshot Video Pesan Joko Anwar saat Open House.....	59
Gambar 4.9 Live Recording GlennFredly di Studio 1 SAE Jakarta.....	59
Gambar 4.10 Kolaborasi Mahasiswa Audio dengan Indra Lesmana.....	60
Gambar 4.11 Live Recording Tompi di SAE Institute Jakarta.....	61
Gambar 4.12 Project Film Production Student.....	62
Gambar 4.13 Grafik Penonton Laki-laki Youtube SAE Jakarta.....	66
Gambar 4.14 Grafik Penonton Perempuan Youtube SAE Jakarta.....	66
Gambar 4.15 Kolom Komentar pada Youtube.....	67
Gambar 4.16 Neve Custom 75 Studio 1 SAE Jakarta.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Unit Analisis.....	33
Tabel 3.2 Informan Penelitian.....	35
Tabel 4.1 Profil Singkat Informan Penelitian.....	42
Tabel 4.2 Visi & Misi SAE Institute Jakarta.....	45
Tabel 4.3 Penggunaan Media Sosial.....	48
Tabel 4.4 Alasan Pemilihan Media Sosial.....	50
Tabel 4.5 Pemilihan Penggunaan Media Sosial Youtube.....	52
Tabel 4.6 Aktivitas penonton dan produksi video Youtube SAEJakarta.....	55
Tabel 4.7 Konten Youtube SAEJAKARTA.....	63
Tabel 4.8 Penggunaan Youtube SAEJAKARTA.....	64