

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----|
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | i |
| HALAMAN PERNYATAAN | ii |
| ABSTRAK | iii |
| ABSTRACT..... | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 16 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 16 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 16 |
| 1.5 Tahapan Penelitian..... | 17 |
| 1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian | 18 |
| 1.6.1 Lokasi Penelitian..... | 18 |
| 1.6.2 Waktu Penelitian..... | 19 |
| BAB II..... | 20 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 20 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 20 |
| 2.2 Tinjauan Teori..... | 28 |
| 2.2.1 Komunikasi | 28 |
| 2.2.1.1 Unsur Komunikasi | 28 |
| 2.2.1.2 Fungsi Komunikasi | 30 |
| 2.2.2 Periklanan | 33 |
| 2.2.3 Media Baru/New Media..... | 33 |
| 2.2.3.1 Media : Cara Baru dan Maknanya | 35 |
| 2.2.4 Konvergensi Media..... | 36 |
| 2.2.4.1 Pengertian Konvergensi Media..... | 36 |
| 2.2.4.2 Dimensi-dimensi Konvergensi..... | 37 |
| 2.2.4.3 Konvergensi Jurnalistik..... | 39 |

| | | |
|--|---|-----------|
| 2.2.4.4 | Teori Konvergensi Media | 43 |
| 2.2.4.5 | Implementasi Transformasi Menuju Konvergensi Media..... | 47 |
| 2.2.4.6 | Masa Depan Konvergensi Media | 50 |
| 2.2.5 | Strategi Konvergensi..... | 53 |
| 1. | Komunikasi | 53 |
| 2. | Komitmen | 53 |
| 3. | Kerja Sama..... | 54 |
| 4. | Kompensasi..... | 54 |
| 5. | Budaya | 55 |
| 6. | Kompetisi..... | 55 |
| 7. | Konsumen | 56 |
| 2.3 | Kerangka Pemikiran..... | 57 |
| BAB III | | 58 |
| METODOLOGI PENELITIAN..... | | 58 |
| 3.1 | Paradigma Penelitian..... | 58 |
| 3.2 | Metode Penelitian | 58 |
| 3.3 | Objek dan Subjek Penelitian | 59 |
| 3.3.1 | Objek Penelitian..... | 59 |
| 3.3.2 | Subjek Penelitian..... | 59 |
| 3.4 | Definisi Konsep | 60 |
| 3.5 | Unit Analisis | 60 |
| 3.6 | Informan..... | 61 |
| 3.7 | Pengumpulan Data | 61 |
| 3.8 | Teknik Keabsahan Data | 62 |
| 3.9 | Teknik Analisis Data..... | 63 |
| BAB IV | | 65 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | | 65 |
| 4.1 | Karakteristik Sumber | 65 |
| 4.2 | Hasil Penelitian | 66 |
| 4.2.1 | Produk..... | 66 |
| 4.2.2 | Media | 67 |
| 4.2.3 | Konvergensi Media..... | 67 |
| 4.3 | Pembahasan..... | 74 |
| 4.3.1 | Konvergensi Media yang Dilakukan oleh UPM UPI Bandung | 74 |
| 4.3.1.1 | Produk..... | 75 |
| 4.3.1.2 | Media | 76 |

| | | |
|----------------------------------|--|-----------|
| 4.3.1.3 | Konvergensi Media | 78 |
| 4.3.1.4 | Iklan | 80 |
| 4.3.2 | Konvergensi yang Dilakukan oleh Suara Mahasiswa UNISBA | 80 |
| 4.3.2.1 | Produk | 80 |
| 4.3.2.2 | Media | 82 |
| 4.3.2.3 | Konvergensi Media | 84 |
| 4.3.2.4 | Iklan | 85 |
| BAB V..... | | 87 |
| KESIMPULAN DAN SARAN..... | | 87 |
| 5.1 | Kesimpulan | 87 |
| 5.2 | Saran | 88 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 90 |