

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3 Perumusan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.6 Batasan Penelitian.....	4
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu.....	6
2.1.1 Pengertian <i>New Media</i>	7
2.1.2 Pengertian Konten.....	8
2.1.3 <i>Social Media Marketing</i>	9
2.1.4 <i>YouTube</i>	10
2.2 Penelitian Terdahulu.....	11
2.3 Kerangka Pemikiran.....	12
BAB III METODE PENELITIAN	14
3.1 Jenis Penelitian.....	14
3.2 Lokasi Penelitian.....	15
3.3 Operasionalisasi Variabel.....	16
3.4 Tahapan Penelitian.....	18
3.5 Situasi Sosial.....	20
3.6 Pemilihan Informan & Profil Informan.....	21
3.7 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	23
3.8 Teknik Analisis Data.....	24
3.9 Validasi Data.....	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Karakteristik Informan.....	28
4.2 Hasil Penelitian.....	29

4.2.1 Upaya dalam Menganalisis Konten <i>YouTube</i> untuk Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> ...	30
4.2.2 Evaluasi Terhadap <i>YouTube</i> Telkom University Surabaya.....	40
4.2.3 Strategi <i>Content YouTube</i> Telkom University Surabaya.....	47
4.2.4 Strategi <i>Context YouTube</i> Telkom University Surabaya.....	55
4.2.5 Strategi <i>Connectivity YouTube</i> Telkom University Surabaya.....	59
4.2.6 Strategi <i>Continuity YouTube</i> Telkom University Surabaya.....	64
4.2.7 Uji Validitas Penelitian.....	69
4.3 Pembahasan.....	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	78
BIODATA PENULIS.....	81
LAMPIRAN.....	82