

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	12
1.1 Latar Belakang Penelitian	12
1.2 Tujuan Penelitian.....	21
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	21
1.4 Manfaat Penelitian	22
1.5 Waktu Penelitian	23
BAB II KAJIAN PUSTAKA	24
2.1 Landasan Teori	24
2.1.1 Digital Public Relations	24
2.1.2 PESO Model	25
2.2 <i>Podcast</i>	26
2.3 Analisis Resepsi	27
2.3.1 Encoding dan Decoding:	27
2.3.2 Kelompok Pemaknaan:	27
2.4 Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu.....	28
2.5 Kerangka Pemikiran	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Paradigma Penelitian	39
3.2 Metode Penelitian	39
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	40
3.3.1` Subjek Penelitian.....	40
3.3.2 Objek Penelitian.....	41

3.4 Daftar Encoding (Preferred Reading) <i>Podcast</i> Ancur Episode 501	41
3.5 Informan Penelitian.....	42
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	42
3.5.1 Observasi	43
3.5.2 Wawancara	43
3.5.3 Dokumentasi.....	43
3.7 Metode Analisis dan Keabsahan Data	44
3.6.1 Metode Analisis Data.....	44
3.6.2 Metode Keabsahan Data	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Hasil Penelitian	46
4.2 Pembahasan	50
4.2.1 <i>Encoding (Preferred Reading)</i> Dari Episode 501 <i>Podcast</i> Ancur Mengenai Daihatsu	51
4.2.2 Penafsiran Pendengar <i>Podcast</i> Ancur Terhadap Konten <i>Podcast</i> 501 Bersama Daihatsu	54
4.3 Interpretasi Data.....	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARA	59
1.1 Kesimpulan	59
1.2 Saran	60
1.2.1 Saran Teoritis.....	60
1.2.2 Saran Praktis	60
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN	64