

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SIDANG	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR BAGAN.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Teori Uses and Gratification	11
2.3 Model AISAS (Awareness, Interest, Search, Action, Share)	13
2.4 Komunikasi Persuasif Dalam Media Komunikasi Massa	14
2.5 Komunikasi Massa.....	16
2.5.1 Pengertian Komunikasi Massa	16
2.5.2 Ciri-Ciri Komunikasi Massa	17
2.5.3 Fungsi Komunikasi Massa	18
2.5.4 Komponen Komunikasi Massa.....	19
2.5.5 Efek Komunikasi Massa	20
2.6 Media Massa	21
2.7 Tinjauan Media Massa	22
2.8 Strategi Digital Konten Media Sosial	23
2.9 Media Sosial.....	25
2.10 Instagram.....	26
2.11 Insight Instagram	27

2.12	Fitur Instagram	28
2.13	Media Elektronik Radio	30
2.14	Karakteristik Radio sebagai Media Massa	31
2.15	Streaming Podcast Radio	32
2.16	Kerangka Pemikiran	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		35
3.1	Paradigma Penelitian	35
3.2	Teknik Pengumpulan Data	36
3.3	Bahan Penelitian	37
3.4	Sumber Data	38
3.4.1	Key Informan	38
3.4.2	Informan	38
3.5	Teknik Analisis Data	39
3.6	Teknik Analisis Content (Analisis Isi)	40
3.7	Uji Keabsahan Data	41
BAB IV HASIL PENELITIAN		44
4.1	Subyek Penelitian	44
4.2	Hasil Penelitian	46
4.2.1	Strategi Komunikasi Team Digital Radio Gen 98.7 FM	46
4.2.2	Analisis Strategi Digital Konten Megan Casey Sebagai Strategi Digital Konten Pada Media Sosial Instagram Radio Gen 98.7 FM	49
4.2.3	Persuasif Copywriting Pada Konten Instagram Radio Gen 98.7 FM	63
BAB V PEMBAHASAN PENELITIAN		65
5.1	Metode Komunikasi Persuasif pada Konten Instagram Radio Gen 98.7 FM	65
1.	Metode Asosiasi	66
2.	Metode Integrasi	67
3.	Metode pay-off dan Fear-Arousing	68
4.	Metode Icing	69
5.2	Metode AISAS pada konten Instagram Radio Gen 98.7 FM (Awareness, Interest, Search, Action, dan Share)	70
1.	Kesadaran (Awareness)	71
2.	Minat (Interest)	71
3.	Mencari (Search)	71
4.	Aksi (Action)	72
5.	Membagikan (Share)	72

5.3	Analisa Insight Konten Instagram Gen 98.7 FM.....	72
1)	Insight Followers Instagram Gen 98.7 FM	72
2)	Analisa Traffic Insight Konten Instagram Gen 98.7 FM.	75
BAB VI KESIMPULAN & SARAN		79
6.1	Kesimpulan.....	79
6.2	Saran	80
DAFTAR PUSTAKA		82
KARTU BIMBINGAN SKRIPSI (TA).....		85
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		86
LAMPIRAN (1) TRANSKIP WAWANCARA		87
LAMPIRAN (2) DOKUMENTASI PENELITIAN.....		97

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu8

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Model Teori AISAS.....14
Bagan 2. 2 Kerangka Pemikiran34

DAFTAR GAMBAR

Gambar 5. 1 Konten Metode Asosiasi.....67
Gambar 5. 2 Konten Metode Integrasi68
Gambar 5. 3 Konten Metode Pay-Off69
Gambar 5. 4 Konten Metode Icing.....70
Gambar 5. 5 Insight Akun Followers IG Gen 98.7 FM.....73
Gambar 5. 6 Insight Akun Followers IG Gen 98.7 FM (2)74
Gambar 5. 7 Insight Akun Followers IG Gen 98.7 FM (3)74
Gambar 5. 8 Konten "Remake Lagu Noah"75
Gambar 5. 9 Konten "Selamat Hari Ayah"77