

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
1.4.1 Secara Akademis.....	6
1.4.2 Secara Praktis	7
1.5 Landasan Pemikiran.....	7
1.5.1 Landasan Teoritis	7
1.5.2 Landasan Konseptual	8
1.6 Langkah-Langkah Penelitian	11
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	11
1.6.2 Paradigma dan Pendekatan Penelitian	11
1.6.3 Metode Penelitian.....	12
1.6.4 Jenis dan Sumber Data	13
1.6.5 Informan atau Unit Analisis	14
1.6.6 Teknik Pengumpulan data.....	15
1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data.....	16
1.6.8 Teknik Analisis Data.....	18

1.6.9	Rencana Jadwal Penelitian	19
BAB II KAJIAN PUSTAKA		21
2.1	Tinjauan Penelitian Terdahulu	21
2.2	Kajian Konseptual	28
2.2.1	Digital <i>Storytelling</i> dalam Produk Jurnalistik	28
2.2.2	Platform Youtube	40
2.2.3	Jurnalisme Investigasi	51
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN		62
3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	62
3.1.1	Tentang Media Narasi	62
3.1.2	Profil dan Logo Narasi	63
3.1.3	Visi Misi Narasi	64
3.1.4	Susunan Redaksi Narasi	65
3.1.5	Profil Informan	67
3.2	Hasil Penelitian	76
3.2.1	Penerapan Mediatisasi Digital <i>Storytelling</i>	77
3.2.1.1	Narasi Fakta sebagai Bahan Cerita dan Batasan Etik Narasi	77
3.2.1.2	Bahasa Visual sebagai Penopang Makna	83
3.2.1.3	Audio sebagai Penggerak Emosi	88
3.2.2	Strategi Tim Produksi dalam Mengemas Konten	94
3.2.2.1	Penyusunan Narasi Berdasarkan Perilaku Audiens	94
3.2.2.2	Integrasi Bahasa Visual dan Referensi Populer dalam Penyampaian Isu	97
3.2.2.3	Kolaborasi Tim, Tantangan, Penyesuaian Gaya Penceritaan, dan Evaluasi Konten	101
3.3	Pembahasan Hasil Penelitian	108
3.3.1	Penerapan Mediatisasi Digital <i>Storytelling</i>	109
3.3.1.1	Narasi Fakta sebagai Bahan Cerita dan Batasan Etik Narasi ..	110
3.3.1.2	Bahasa Visual sebagai Penopang Makna	115
3.3.1.3	Audio sebagai Penggerak Emosi	118
3.3.2	Strategi Tim Produksi dalam Mengemas Konten	121
3.3.2.1	Penyusunan Narasi Berdasarkan Perilaku Audiens	121
3.3.2.2	Integrasi Bahasa Visual dan Referensi Populer dalam Penyampaian Isu	122

3.3.2.3 Kolaborasi Tim, Tantangan, Penyesuaian Gaya Penceritaan, dan Evaluasi Konten	124
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	135
4.1 Kesimpulan	135
4.2 Saran.....	137
DAFTAR PUSTAKA.....	139
LAMPIRAN.....	143



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jadwal Penelitian.....	20
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3. 1 Susunan Redaksi	65
Tabel 3. 2 Jenis Kelamin Informan	70
Tabel 3. 3 Usia Informan	70
Tabel 3. 4 Latar Belakang Pendidikan Informan	71
Tabel 3. 5 Lama Bekerja Informan	72
Tabel 3. 6 Jabatan Informan.....	73
Tabel 3. 7 Domisili Informan.....	74
Tabel 3. 8 Status Perkawinan Informan	75
Tabel 3. 9 Struktur Pembahasan Mediatisasi Digital <i>storytelling</i> dan Strategi Pengemasan Konten Buka Mata	134



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Penggunaan Harian Aplikasi Sosial Media	3
Gambar 3. 1 Logo Media Narasi.....	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 SK Pembimbing.....	143
Lampiran 2 Lembar Bimbingan I.....	144
Lampiran 3 Lembar Bimbingan 2	145
Lampiran 4 Lembar Plagiasi Skripsi.....	146
Lampiran 5 Surat Izin Penelitian.....	147
Lampiran 6 Dokumentasi Wawancara	148
Lampiran 7 Pedoman Wawancara	149
Lampiran 8 Pedoman Observasi	152
Lampiran 9 Pertanyaan Wawancara.....	155

