

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTO	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Waktu Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Kajian Pustaka	11
2.1.1 Komunikasi Digital	11
2.1.2 <i>New Media</i>	13
2.1.3 Media Sosial.....	14
2.1.4 YouTube.....	16

2.1.5	<i>Live Streaming</i>	18
2.1.6	Budaya Populer Jepang	19
2.1.7	<i>Virtual YouTuber</i>	20
2.1.8	Avatar	21
2.1.9	Kekerasan Verbal	21
2.1.10	Generasi Z Sebagai Khalayak Media	22
2.1.11	Studi Fenomenologi	24
2.1.12	Motif.....	26
2.1.13	Teori Interaksionisme.....	27
2.2	Penelitian Terdahulu.....	28
2.3	Kerangka Pemikiran	37
BAB III METODE PENELITIAN.....		38
3.1	Metode Penelitian.....	38
3.2	Paradigma Penelitian	39
3.3	Subjek dan Objek Penelitian	40
3.3.1	Subjek Penelitian.....	40
3.3.2	Objek Penelitian	40
3.4	Lokasi Penelitian	41
3.5	Alat Analisis	41
3.6	Informan Penelitian	42
3.7	Metode Pengumpulan Data	47
3.7.1	Data Primer	47
3.7.2	Data Sekunder	49
3.8	Metode Analisis dan Keabsahan Data.....	49
3.8.1	Teknik Analisis Data.....	49
3.8.2	Teknik Keabsahan Data	51
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		53

4.1	Karakteristik Informan	53
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	60
4.2.1	Pengalaman Informan	60
4.2.2	Laporan Hasil Observasi	65
4.2.3	Aspek Motif “Sebab” (<i>Because Motive</i>)	79
4.2.4	Aspek Motif “Tujuan” (<i>In Order to Motive</i>)	118
4.3	Pembahasan	138
4.3.1	Motif Sebab (<i>because motive</i>)	139
4.3.2	Motif Tujuan (<i>in order to motive</i>)	150
4.3.3	Pemaknaan Pengalaman generasi Z	155
4.3.4	Skema Hasil Penelitian	157
BAB V PENUTUP		160
5.1	Kesimpulan	160
5.2	Saran	160
5.2.1	Saran Akademis	160
5.2.2	Saran Praktis	161
DAFTAR PUSTAKA		162
LAMPIRAN		170