

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Identifikasi Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Kegunaan Penelitian.....	10
1.6 Waktu Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Rangkuman Teori.....	12
2.1.1 Teori Penggunaan Media Sosial	12
2.1.2 Produksi dan Konsumen (<i>Prosumer</i>).....	13
2.1.2.1 Pengertian Produksi	13
2.1.2.2 Pengertian Konsumen	14
2.1.3 YouTube	15
2.1.3.1 Fungsi YouTube.....	17
2.1.3.2 Karakteristik YouTube.....	17
2.1.3.3 <i>Video Blog (Vlog)</i>	18
2.1.3.4 <i>Influencer</i>	19
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Pemikiran	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Paradigma Penelitian.....	30

3.2	Subjek dan Objek Penelitian	31
3.3	Lokasi Penelitian	31
3.4	Pengumpulan Data Penelitian	32
3.5	Teknik Analisis Data	34
3.6	Teknik Keabsahan Data	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		37
4.1	Karakteristik Informan	37
4.2	Hasil Penelitian	43
4.2.1	YouTube Memberikan Banyak Informasi	43
4.2.2	YouTube sebagai Media Hiburan	44
4.2.3	Konten <i>Beauty Vlogger</i> Merubah Seseorang Berperilaku Konsumtif	47
4.2.4	Kuatnya Informasi yang Diberikan dari <i>Influncer</i>	50
4.2.5	<i>Clickbait</i> Pada Konten Video <i>Beauty Vlogger</i>	54
4.3	Pembahasan	55
4.3.1	Pemanfaatan YouTube Dalam Menyebarkan Informasi	56
4.3.2	Adanya Interaksi Antara Produsen dan Konsumen	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		59
5.1	Kesimpulan	59
5.2	Saran	59
5.2.1	Saran Akademis	59
5.2.2	Saran Praktis	60
DAFTAR PUSTAKA		61
LAMPIRAN		66