

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	11
1.3 Identifikasi Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.5.1 Aspek Teoritis	11
1.5.2 Aspek Praktis.....	12
1.6 Tahapan Penelitian	12
1.7 Waktu Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Tinjauan Teori	14
2.1.1 Komunikasi Massa	14
2.1.2 Media Baru (<i>New Media</i>)	16
2.1.3 Media Sosial	17
2.1.4 Youtube	20

2.1.5 Motif	24
2.1.6 Motif Penggunaan Media	25
2.2 Penelitian Terdahulu.....	29
2.3 Kerangka Pemikiran.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Paradigma Penelitian	40
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	41
3.2.1 Subjek Penelitian.....	41
3.2.2 Objek Penelitian	41
3.3 Lokasi Penelitian	41
3.4 Unit Analisis Penelitian.....	41
3.5 Informan Kunci	41
3.6 Pengumpulan Data	42
3.7 Teknik Analisis Data	44
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Karakteristik Informan	48
4.2 Hasil Penelitian.....	51
4.3 Pembahasan	60
4.3.1 Motif Menonton <i>Chawse!</i> Youtube Otomotif Motomobi	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	73

