

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIDANG.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Sebelumnya (<i>State of the Art</i>).....	6
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1 Teori Komunikasi.....	10
2.2.2 Teori Komunikasi Massa	10
2.2.3 Fungsi Komunikasi Massa.....	10
2.2.4 Internet.....	11
2.2.5 Media Sosial.....	12
2.2.6 <i>YouTube</i>	14

2.2.7 Motif Penggunaan Media.....	15
2.2.8 <i>Uses and Gratifications Theory</i>	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	20
3.1 Jenis Penelitian.....	20
3.2 Populasi dan Sampel	20
3.2.1 Populasi.....	20
3.2.2 Sampel.....	20
3.3 Variabel Penelitian.....	22
3.4 Tabulasi Data Angket.....	24
3.5 Keabsahan Data	25
3.5.1 Uji Validitas.....	25
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	25
3.6 Operasionalisasi Konsep.....	25
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	27
4.1 Gambaran Partisipan.....	27
4.1.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	27
4.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Durasi.....	28
4.2 Hasil Analisis.....	28
4.2.1 Motif Penggunaan Media Sosial <i>Youtube</i>	28
4.2.2 Pemuasan Pengguna Media Sosial <i>YouTube</i>	35
4.3 Keabsahan Data.....	40
4.3.1 Uji Validitas.....	40
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	43
BAB V PEMBAHASAN.....	44

5.1 Penjelasan Hasil Penelitian.....	44
5.2 Data Analisis.....	45
5.3 Pendekatan Teori Sebelumnya.....	46
5.4 Pendekatan Teori.....	47
BAB VI PENUTUP.....	48
6.1 Kesimpulan.....	48
6.2 Saran.....	48

DAFTAR REFERENSI