

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian	2
1.4 Manfaat Penelitian	2
1.4.1 Manfaat Akademik	3
1.4.2 Manfaat Praktis	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 Penelitian Terdahulu	4
2.2 Landasan Teori	7
2.2.1 Teori Fenomenologi Alfred Schutz.....	7
2.2.2 <i>In Order To Motive</i>	9
2.2.3 <i>Because of Motive</i>	10
2.3 Landasan Konseptual.....	10
2.3.1 Media Sosial	11
2.3.2 <i>Content Creator</i>	12
2.4 Kerangka Pemikiran	12
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	14
3.1 Paradigma Penelitian	14
3.2 Metode Penelitian, Jenis Penelitian dan Jenis Data.....	14
3.3 Sumber Data dan Subjek Penelitian	15
3.3.1 Objek Penelitian	15

3.3.2	Subjek Penelitian.....	16
3.3.3	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	16
3.3.4	Data Primer	16
3.3.5	Data Sekunder	16
3.4	Bahan Penelitian	17
3.5	Teknik Pengumpulan Data	17
3.5.1	Wawancara	17
3.5.2	Observasi.....	17
3.5.3	Dokumentasi.....	18
3.6	Uji Keabsahan Data	18
3.7	Teknik Analisis Data	18
BAB IV HASIL PENELITIAN		20
4.1	<i>Content Creator</i> dan <i>YouTube</i>	20
4.1.1	Apa Itu <i>Content Creator</i>	20
4.1.2	<i>Content Creator</i> dan Media Sosial.....	21
4.1.3	Kemunculan <i>YouTube</i>	21
4.1.4	<i>YouTube</i> di Indonesia.....	23
4.1.5	<i>Content Creator</i> dan <i>YouTube</i>	25
4.2	Profil Subjek Penelitian	28
4.2.1	Subjek Penelitian 1	28
4.2.2	Subjek Penelitian 2.....	28
4.3	Hasil Penelitian.....	28
4.3.1	Motif Awal Menjadi <i>Content Creator</i>	29
4.3.2	Konsep <i>In Order to Motive</i> Bagi <i>Content Creator</i>	30
4.3.3	<i>Because of Motive</i> Bagi <i>Content Creator</i>	32
4.3.4	Keberadaan <i>YouTube</i> Bagi Subjek Penelitian	33
4.3.5	Strategi <i>Content Creator</i> Dalam Mencapai Motif Tujuan	34
4.3.6	Pencapaian Lain Dampak Dari Motif Menjadi <i>Content Creator</i>	37
BAB V PEMBAHASAN		38
5.1	Motif <i>Content Creator</i>	38
5.2	<i>Motif of Sharing Knowledge</i> Sebagai Konten Edukasi	40

5.3	Media Digital (<i>YouTube</i>) Bagi <i>Content Creator</i>	40
5.4	Motif <i>Content Creator YouTube</i> di Indonesia.....	41
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		43
6.1	Kesimpulan.....	43
6.2	Saran	43
DAFTAR PUSTAKA		44
LAMPIRAN.....		47
Lembar Absensi Bimbingan.....		47
Transkrip Wawancara – Subjek Penelitian 1		48
Transkrip Wawancara – Subjek Penelitian 2		50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka pemikiran oleh penulis.....	13
Gambar 4. 1 Grafik penggunaan media sosial	23
Gambar 4. 2 Penggunaan Youtube di Indonesia.....	25
Gambar 4. 3 Pengguna Internet dan Media sosial 2023 di Indonesia.....	26
Gambar 4. 4 Website dengan kunjungan terbanyak 2023 di Indonesia.....	27
Gambar 4. 5 Akun YouTube Syammas Pinast	33
Gambar 4. 6 Akun YouTube Redjeki Agoestyowati	34
Gambar 5. 1 Diagram Motif.....	39

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	6
---------------------------------------	---

