

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Kerangka Teori dan Pemikiran	8
1.5.1. Teori Kognitif Sosial	8
1.5.2. Persepsi.....	10

1.5.3. Perilaku Imitasi.....	12
1.5.4. Media Baru.....	13
1.5.5. <i>YouTube</i>	15

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Perilaku.....	17
2.1.1. Faktor-faktor perilaku.....	18
2.2. Karakteristik Manusia	20
2.3. Perilaku Imitasi	21
2.4. <i>User generated content</i>	23
2.4.1. Karakteristik Media Sosial	23
2.5. <i>YouTube</i>	24
2.5.1. Efektivitas Iklan <i>YouTube</i>	25
2.6. <i>Diary of Erix Soekamti (DOES)</i>	26
2.7. Kamtis	27
2.8. Penelitian Terdahulu	28

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian.....	31
3.2. Objek Penelitian	31
3.3. Lokasi Penelitian	32
3.4. Sumber Data.....	32
3.5. Teknik Pengumpulan Data	33
3.6. Uji Validitas Data.....	34
3.7. Teknik Analisa Data.....	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum <i>Diary of Erix Soekamti</i> (DOES).....	37
4.2. Gambaran Umum Informan	39
4.2.1. Deskripsi Informan.....	40
4.3. Hasil Penelitian	44
4.3.1. Sejarah Endank Soekamti.....	44
4.3.2. Klasifikasi Kamtis	49
4.3.3. Perilaku Imitasi Kamtis	56
4.3.4. Dalam konteks penggemar	56
4.3.5. Dalam konteks media	58
4.3.6. Dalam konteks pembelian	62
4.3.7. Dalam keseharian	66
4.4. Pembahasan.....	72

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan.....	86
5.2. Saran.....	87
5.2.1. Bagi Peneliti Selanjutnya	87
5.2.2. Bagi Kamtis	87
5.2.3. Bagi Erix Soekamti	87

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN