

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR BAGAN.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB 1       PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Permasalahan.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
1.5 Kerangka Teori.....	9
1.5.1 Teori Persepsi.....	10
1.5.2 Teori New Media.....	11
BAB 2       TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1. Persepsi.....	13
2.1.1 Pengertian Persepsi.....	13
2.1.2 Proses Terbentuknya Persepsi.....	14
2.1.3 Persepsi Positif dan Negatif.....	17
2.1.3 Pengertian Masyarakat.....	18
2.1.4 Pengertian Persepsi Masyarakat.....	18

	2.2 <i>New Media</i> dan Media Sosial.....	19
	2.2.1 Pengertian Media Baru.....	19
	2.2.2 Media Sosial .....	20
	2.2.3 Karakteristik Media Sosial.....	22
	2.3 Hotel.....	23
	2.3.1 Pengertian dan Sejarah Hotel di Indonesia.....	23
	2.3.2 Sejarah Hotel Pertama di Yogyakarta.....	26
	2.3.3 Jenis Hotel Berdasar Bintang.....	27
	2.4. Penelitian terdahulu.....	28
BAB 3	METODE PENELITIAN.....	31
	3.1 Metode Penelitian.....	31
	3.2 Jenis Penelitian.....	32
	3.3 Lokasi Penelitian .....	34
	3.4 Subjek dan Objek Penelitian.....	34
	3.5 Sumber Data Penelitian .....	34
	3.5.1 Data Primer.....	34
	3.5.2 Data Sekunder.....	36
	3.6 Tahapan Pengumpulan Data.....	36
	3.7 Studi Kepustakaan.....	37
	3.8 Teknik Analisis Data.....	38
	3.9 Keabsahan Data.....	41
BAB 4	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
	4.1 Hasil Penelitian.....	43
	4.2 Deskripsi Informan Penelitian.....	44
	4.3 Deskripsi Hasil Penelitian.....	50
	4.3.1 Penggunaan Media Sosial dalam Kehidupan Sehari-hari Untuk Mendapatkan Informasi Terbaru.....	50
	4.3.1.1 Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	50
	4.3.1.2 Pilihan Media Sosial yang Digunakan.....	55
	4.3.2 Pertumbuhan Hotel di Yogyakarta.....	57

4.3.2.1 Pemberitaan Tentang Pertumbuhan Hotel di Yogyakarta..	57
4.3.2.2 Pemberitaan Tentang pertumbuhan Hotel di Media Sosial	59
4.3.2.3 Media Sosial yang Digunakan Untuk Mendapat Pemberitaan.....	61
4.3.2.4 Kekurangan dan Kelebihan Informasi yang di Dapat dari Media Sosial.....	63
4.3.3 Persepsi mengenai pemberitaan media sosial perihal pertumbuhan Hotel di Jl Seturan Babarsari Kab. Sleman, Yogyakarta.....	66
4.3.3.1 Persepsi masyarakat tentang pemberitaan media sosial mengenai pertumbuhan Hotel di Jl Seturan Babarsari Kab. Sleman, Yogyakarta.....	66
4.3.3.2 Persepsi Positif dan Negatif dari masyarakat tentang pertumbuhan Hotel di Jl Seturan Babarsari Kab. Sleman, Yogyakarta.....	69
4.3.3.3 Harapan Untuk Pemerintah Yogyakarta.....	73
4.4 Pembahasan.....	74
BAB 5 PENUTUP.....	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	88
Lampiran.....	

## **DAFTAR BAGAN**

Bagan 1.1 Data BPS Yogyakarta Tahun 2015 tingkat hunian hotel...	2
Bagan 2.4 Tabel Penelitian Terdahulu.....	30
Bagan 3.1 Bagan Triangulasi Sumber.....	42

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Gambar Fenomena Jogjaoradidol <i>Instagram</i> .....	6
Gambar 1.2 Gambar Fenomena Jogjaoradidol <i>Youtube</i> .....	6