

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Kerangka Teori dan Konsep	9
1.5.1 Teori Persamaan Media (<i>Media Equation Theory</i>).....	9
1.5.2 Media Baru (<i>New Media</i>).....	10
1.5.3 <i>Vlog</i> Sebagai Media Baru	12
1.5.4 Pencarian Informasi Konsumen Melalui <i>Vlog</i>	17

1.5.5 Referensi	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1. Media Baru	21
2.1.1 Media Sosial.....	23
2.1.2 Youtube	25
2.2 Analisis Isi Media Baru.....	33
2.3 Penelitian Sebelumnya	33
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Jenis Penelitian.....	36
3.2 Objek Penelitian	41
3.3 Populasi dan Sample	41
3.3.1 Populasi	41
3.3.2 Sample	41
3.4. Unit Analisis dan Kategori.....	43
3.5. Operasionalisasi	47
3.6 Sumber Data.....	50
3.6.1 Data Primer	50
3.6.2 Data Sekunder	51
3.7 Analisis Data	51
3.8 Validitas Data.....	52
3.9 Uji Realibilitas	52
3.10 Analisis Data	59

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	60
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	60
4.2 Deskriptif Pengkoding	62
4.3 Hasil Penelitian	62
4.4 Pembahasan.....	81
BAB V KESIMPULAN	
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Sampel Video Blogger Sarah Ayu	42
Tabel 3.2 Unit Analisis dan Kategori	44
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas	53
Tabel 4.1 Deskripsi Unit Analisis Pesan.....	63
Tabel 4.2 Deskripsi Unit Analisis Jenis Make Up	64
Tabel 4.3 Deskripsi Unit Analisis Brand Make Up	67
Tabel 4.4 Deskripsi Unit Analisis Variasi Background Video	71
Tabel 4.5 Deskripsi Unit Analisis Penggunaan Bahasa	72
Tabel 4.6 Deskripsi Unit Analisis Thumbnails	73
Tabel 4.7 Deskripsi Unit Analisis Backsound Video	74
Tabel 4.8 Deskripsi Unit Analisis Comment Video	75
Tabel 4.9 Deskripsi Unit Analisis Durasi Video.....	76
Tabel 4.10 Deskripsi Unit Analisis Jumlah Viewer Video.....	78
Tabel 4.11 Deskripsi Unit Analisis Tampilan Make Up.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Presentase Pengguna Internet di Indonesia Berdasarkan Kelompok Usia	2
Gambar 1.2 Presentase Pilihan Sumber Informasi Produk Yang Digunakan Konsumen Ketika Berbelanja Online	4
Gambar 1.3 Perkembangan Youtube	5
Gambar 1.4 Populasi Pengguna Internet.....	6
Gambar 1.5 Model Struktur Pengguna Media	16
Gambar 4.1 Salah Satu Tampilan Make Up Sarah Ayu.....	61
Gambar 4.2 Video Unit Analisis Pesan Kombinasi	63
Gambar 4.3 Video Unit Analisis Jenis Make Up Bedak.....	66
Gambar 4.4 Video Unit Analisis Jenis Make Up Alis dan Eye Shadow	70
Gambar 4.5 Video Unit Analisis Brand Make Up Maybelline.....	70
Gambar 4.6 Video Unit Analisis Background Video Warna Cerah	71
Gambar 4.7 Video Unit Analisis Tumhnails Gambar / Foto Full Face	74
Gambar 4.8 Video Unit Analisis Comment Dukungan	76
Gambar 4.9 Video Unit Analisis Durasi Video 3-7 Menit	76
Gambar 4.10 Video Unit Analisis Dengan Jumlah Viewer >100.000.....	79
Gambar 4.11 Video Unit Analisis Dengan Tampilan Make Up Natural	81