

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 TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	13
1.3. Tujuan Penelitian	13
1.4. Manfaat Penelitian	13
1.5. Kerangka Teori.....	14
1.5.1 Analisis Resepsi	14
1.5.2 Teori Resepsi.....	18
1.5.3 Teori Audiens Aktif	19
1.5.4 Konsep Media Baru.....	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Khalayak	25
2.2 Generasi Milenial	28
2.3 Fenomena <i>Web Series</i> di YouTube	31
2.4 Konten Media.....	32
2.5 Media Baru.....	34
2.6 Media Sosial.....	36

2.7 Penelitian Terdahulu	38
2.8 Perbedaan Penelitian	41
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	43
3.2 Subjek Penelitian.....	44
3.3 Objek Penelitian	44
3.4 Lokasi Penelitian.....	45
3.5 Sumber Data.....	45
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.7 Teknik Analisis Data.....	48
3.8 Teknik Keabsahan Data	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	51
4.1.1 Profil Pesona Indonesia.....	51
4.1.2 Logo Pesona Indonesia	52
4.1.3 Deskripsi Umum <i>Web Series</i> Toba	53
4.1.4 Sinopsis <i>Web Series</i> Toba	54
4.1.5 Informasi Pemeran <i>Web Series</i> Toba	56
4.2 Hasil Penelitian	61
4.2.1 Latar Belakang Informan	61
4.2.2 <i>Preffered Reading</i>	72
4.2.3 Resepsi Informan terhadap <i>Web Series</i> Toba.....	75
4.2.4 Pemaknaan Informan terhadap <i>Web Series</i> Toba.....	88
4.2.5 Pemaknaan Informan terhadap <i>Preffered Reading</i>	95
4.2.6 Posisi Informan terhadap <i>Web Series</i> Toba	108
4.3 Pembahasan.....	112
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	121
5.2 Saran.....	122
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	