

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAK	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	12
1.5 Kerangka Teori	12
1.5.1 Konsep Persepsi	12
1.5.2 Teori <i>Individual Differences</i>	14
1.5.3 Teori Generasi	16
1.5.4 Konsep New Media.....	18

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Persepsi	22
2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi.....	23
2.3 <i>Youtube</i>	24
2.4 <i>True View In-Stream Ads Youtube</i>	25
2.5 Pengertian Iklan	26
2.6 <i>Generasi Millenials</i>	28
2.7 Penelitian Terdahulu	27

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	36
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	37
3.2.1 Subjek Penelitian.....	37
3.2.2 Objek Penelitian.....	39
3.3 Lokasi Penelitian.....	39
3.4 Sumber Penelitian	40
3.4.1 Data Primer	40
3.4.2 Data Sekunder	40
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5.1 Wawancara	40
3.5.2 Dokumentasi	41
3.6 Teknik Analisa Data.....	42
3.7 Keabsahan Data.....	43

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1.Deskripsi <i>Youtube</i>	45
4.2.Deskripsi <i>TrueView In-Stream Ads Youtube</i>	46
4.3.Profil Informan Penelitian.....	48
4.4.Persepsi Mahasiswa Terhadap <i>TrueView In-Stream Ads Youtube</i>	56
4.4.1. Stimulus.....	57
4.4.2. Pelaku Persepsi.....	65

4.5.Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa Terhadap Iklan <i>TrueView In-Stream Ads Youtube</i>	66
4.6.Kepuasan Iklan <i>TrueView In-Stream Ads Youtube</i>	70
4.7.Dampak Tayangan Iklan <i>TrueView In-Stream Ads Youtube</i> Bagi Mahasiswa Di Yogyakarta	78
4.8.Pembahasan.....	80

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran.....	90

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Deskripsi Profil Narasumber.....	38
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentasi Pengguna Internet Berdasar Wilayah di Indonesia	2
Gambar 1.2 Persentasi Prediksi Pengguna <i>Youtube</i> di Dunia	7
Gambar 1.3 Data Media Sosial Yang Sering Digunakan	7
Gambar 1.4 Persentasi Mahasiswa di Yogyakarta	9
Gambar 4.1 Logo <i>Youtube</i>	45
Gambar 4.2 Contoh <i>TrueView In-Stream Ads Youtube</i>	46
Gambar 4.3 Bagan Analisis Persepsi Mahasiswa Terhadap Iklan <i>TrueView In-Stream Ads Youtube</i>	85