

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Teoritis	9
1.4.3 Manfaat Praktis	9
1.5 Kerangka Teori	9
1.5.1 Teori MOA.....	9
1.6 Kerangka Pemikiran	10
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 MOA Teori	11
2.2 Komodifikasi dalam Perilaku Penggemar	26
2.3 Penelitian Terdahulu	29
BAB III.....	34
METODE PENELITIAN	34

3.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Subjek Penelitian	35
3.3 Sumber dan Teknik Pegumpulan Data	36
3.3.1 Wawancara.....	36
3.3.2 Observasi.....	36
3.3.3 Dokumentasi	37
3.4 Teknik Analisis Data	37
3.5 Uji Keabsahan Data	39
3.5.1 Triangulasi Data atau Sumber.....	39
3.6 Penyajian Data	40
BAB IV	41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Umum.....	41
4.1.1 Profil Acara Clash of Champions	41
4.2 Hasil Penelitian	45
4.2.2 Analisis Perilaku Penggemar Berdasarkan Motivasi Ekstrinsik	48
4.2.3 Analisis Perilaku Penggemar Berdasarkan <i>Opportunity</i> (Kualitas Interaksi)	49
4.2.4 Analisis Perilaku Penggemar Berdasarkan <i>Opportunity</i> (Komunitas Penggemar)	52
4.2.5 Analisis Perilaku Penggemar Berdasarkan <i>Opportunity</i> (Kualitas Platform)	55
4.2.6 Analisis Perilaku Penggemar Berdasarkan <i>Ability</i> (Kemampuan Sosial)	56
4.2.7 Analisis Perilaku Penggemar Berdasarkan <i>Ability</i> (Kemampuan Teknologi).....	58
4.3 Pembahasan	59
4.3.1 Analisis Perilaku Penggemar berdasarkan Teori MOA.....	59
4.3.2 Keterlibatan Penggemar sebagai Proses Aktualisasi Diri	67
4.3.3 Perilaku Penggemar membentuk Identitas Sosial Baru	69
BAB V.....	73
PENUTUP	73
5.1 Kesimpulan	73

5.2 Saran	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN	85

